الإعلام وثقافة الصورة

تأليف
صلاح عبدالحميد



مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

الناشر

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

7شارع علام حسين - ميدان الظاهر -القاهرة

ت -0227876470 /0227867198

فاكس / 0227876471

محمول / 01112155522 - 01091848808-01006242622

الطبعة الاولى 2013

فهرسة أثناء النشر من دار الكتب والوثائق القومية المصرية

عبد الحميد ، صلاح .

الإعلام وثقافة الصورة / تأليف صلاح عبد الحميد . - ط 1 . -القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2013

313 ص ؛ 24 سم .

1 - الإعلام

أ-العنوان

161،301

رقم الإيداع : 2013/1579

الإعلام وثقافة الصورة

تأليف

صلاح عبد الحميد

بسم الله الرحمن الرحيم

(فَتَعَٰلَى ٱللَّهُ ٱلْمَلِكُ ٱلْحَقُّ ۗ وَلَا تَعْجَلْ بِٱلْقُرْءَانِ مِن قَبْلِ أَن يُقْضَىٰٓ إِلَيْكَ وَحْيُهُۥ ۖ وَقُل رَّبِّ زِدْنِى عِلْمًا)

صدق الله العظيم

طه 114

مقدمة

أن اختيار هذا الموضوع هو بمثابة التحدي لما يمثله من أهمية كبيرة فالثقافة تعبير ع ن عملية اجتماعية تتعلق أصلاً بالاتصال والتفاعل بين أفراد المجتمع لخلق وحدة تضامنية على أسس تشكلت وتعمقت عبر قرون، ووسائل الإعلام اليوم وبالذات القنوات الفضائية تستطيع عن طريق ما تقدمه من فنون ومواد ثقافية أن تثير في نفوس المتلقين الشعور بالوجود والتوحد وتقوي الروح الجماعية والمشاعر الوطنية والإنتماء أن الثقافة هي حصيلة التفاعل بين الناس التفاعل الواعي والإيجابي، وهي تراكمية تتجسد عبر الخبرة والممارسة، تطوّر الإنسان وتقوّيه وتقوّمه وترتقي به نحو الكمال الإنساني وتخلصه من رواسب وسلبيات الزمن، تصقله وتجعله أكثر إنسانية، تبعده عن مزالق التخلف وتجعله إيجابياً في الحياة

((الثقافة نور يضيء أمام الإنسان سبل الحياة، ويجعله يرى على مصباح العقل وبوعي أقرب إلى التمام، ما له وما عليه من حقوق وواجبات ولأن الثقافة نورٌ فأن الرؤية تصح في مناخها وتدق، ويثبت الوعي حق الآخر ووجوده في مقابل الأنا والتزاماتها، كذلك يضاء في صبحه درب التعامل مع السلطة والتعرف على حدود مالها وعليها، وما تمثله وما ينبغي أن تمتثل له من واجبات، بوصفها ممثلة للجماعة وخادمة لها

ولما كانت الثقافة دعوة متجددة للمعرفة، والمعرفة تقيم أسس الوعي وبالوعي يتجدد أفق الحرية، فالثقافة على هذا فعل تنوير بالتنوير متعلق بالحرية ومبنيّ عليها وهكذا تغدو الحرية شرطاً من شروط الفعل الثقافي وفاعلية الثقافة، وتكاد تكوّن روح مناخ التواصل الخلاق الذي لا بد من توافره ليقوم تفاعل بناء بين أطراف الفعل الثقافي، ولتكتمل دائرة المناقفة ودورتها في

سوياتها المختلفة، بدءاً بالفرد وأنتهاء بالشعب مروراً بالبيئة التي يرد إليها فضلاً كبيراً في المعطى الثقافي.))[1]

أن هذا الحديث عن أهمية ودور الثقافة يكفي للأعتراف أن أحد أسباب مشاكلنا الكبرى ومعاناتنا تكمن في تخلف مجتمعاتنا وقلة الوعي والثقافة فيها، وليس هنالك من طريق للتغلب على كل ذلك إلا بالتنمية والتوعية الثقافية ولذلك حديث طويل يحتاج إلى الدراسات الكبيرة فللأسف وبدلاً من أن يخصص دعم مالي كبير للقضايا الثقافية ولمواجهة المعضلات في هذا المجال نجد أنه دائماً يأتي في آخر أهتمامات المسؤولين في البلدان العربية، ونلمس التضييق والترشيد والمراقبة على الفعل والنتاج الثقافي، ولا نجد خططاً وبرامجاً إستراتيجية ولا طموحات ولا مشاريع واقعية ملموسة تدرك أهمية الموضوع ناهيك عن عدم توفر شروط الحرية اللازمة للإبداع، أن الزاد الثقافي هو مكملّ للزاد الغذائي وليس شيئاً كمالياً وهذا ما لا يدرك ه الجميع

أن الثقافة هي من عناصر البناء الفوقي للدولة، وعليها أن تخدم البناء التحتي، أي تطوير الناس من خلال استيعاب أفضل ما قدمته الإنسانية من قيم جمالية ومضامين فكرية خلاقة، لتعززها وتنشرها بين الناس ليتوحدوا ويسموا ويطوروا قدراتهم، وتجعل حياتهم أكثر بهج ة وغنى من خلال تطويرها وإيقاظها الإحساس بالجمال والعواطف الفنية لديهم مما يطور قدراتهم وأذواقهم الفنية

يتعاظم يوماً بعد آخر تأثير القنوات الفضائية في حياتنا، وقد أصبح البعض منا مدمناً على متابعة ما يبث من خلالها، بل تحولت شيئاً فشيئاً إلى أن تكون المصدر الأول لثقافتنا وإطلاعنا على أحداث العالم، مما يستوجب التوقف

[1] علي عقلة عرسان، مشكلات في الثقافة العربية ،منشورات أتحاد الكتاب العرب، 1989م، ط1 ،مطبعة أتحاد الكتاب العرب دمشق، ص 207.

عندها الأنتباه لها ومتابعتها ودراستها بأستمرار من قبل المختصين في الشأن الإعلامي

أن دراستنا هذه تحاول أن تتعرف على أبعاد التحول الذي يعيشه المجتمع العربي، كأي مجتمع معاصر، من الإنتاج الثقافي (السمعبصري) أو ما يمكن تسميته بثقافة(الصورة) ، وهل استطاعت القنوات الفضائية العربية أداء الدور المطلوب في تنمية وتطوير برامجها وموادها الثقافية، وما مدى تأثيرها في تكوين الوعي الثقافي لدى المشاهد العربي.؟ هذه الأسئلة البسيطة بطرحها، والعميقة بأبعادها والتي تتفرع منها أسئلة كثيرة تدور في أذهان العديد ممن يتابعون الشأن الإعلامي والشأن الثقافي، هي التي تحاول الدراسة الإجابة عنها

أن هذه الدراسة تحاول أن تكشف طبيعة الوظيفة الثقافية ل لقنوات الفضائية العربية، من خلال دراسة ميدانية ورصد ما تقدمه القنوات الفضائية العربية من برامج ثقافية وتحليل مضمون عينات من هذه البرامج

الفصل الأول

الإعلام المعاصر بين النظرية والتطبيق

بين الأمية ووسائل الإعلام

إن الدراسات التي أجريت على الأطفال الذين نشأوا في عصر التليفزيون أي الأطفال من كل الطبقات الاجتماعية الذين اعتادوا الحصول على معلوماتهم أساساً بواسطة التليفزيون، تبين أن الجيل الجديد لا يركز على الصورة كلها، كما يفعل الفرد المتعلم الناضج حينما يشاهد فيلم رعاة البقر مثلاً،بل يمرون بأعينهم بسرعة على الشاشة، ويركزون على جراب المسدس رؤوس الجياد ، القبعات، وكل التفاصيل الصغيرة الأخرى، وحتى في أشد معارك المسدسات يراقب الأطفال التليفزيون بالطريقة التي يراقب بها غير المتعلم السينما .

ويعتبر الجيل الذي نشأ في عصر التليفزيون من رجال القبائل الجدد، فعندهم توازن حسّي قبلي، وعندهم العادة القبلية للاستجابة العاطفية على الكلمة المنطوقة.

فهم (ساخنون) يريدون المساهمة، كما يريدون أن يلمسوا وأن يشتركوا أكثر، ومن ناحية أخرى يمكن للديماجوجية أن تؤثر عليهم بسهولة أكبر الفرد الذي يستخدم أساسا حاسة الأبصار أو الذي يعتمد أساساً على المطبوع، هو إنسان فردى فهو (أبرد) ولديه ضمانات مبنية داخله،عنده شعور دائم بأنه بالرغم مما قد يقوله أي شخص، يستطيع أن يتأكد من الموضوع، فهو يحصل على المعلومات الضرورية بطريقة ما ويصنفها في فئات، ويستطيع أن يرجع إليها ويتيقن منها وحتى إذا كان ما يعرض عليه شيء لا يستطيع أن يتيقن منه مثل شائعة تقول أن (الصين ستلقي بقنابل ذرية على أمريكا) -إلا أن ذهنه قد اعتاد الإحساس بأن في مقدوره التأكد والتيقن مما يسمعه الفرد الذي يستخدم حاسة السمع أساسا تكيفه ليس فرديا بهذا الشكل، ولكنه جزء من وعي جمعي Collective Consciousness فهو أكثر تصديقا من

المتعلم الذي يعتمد على حاسة الإبصار أساساً، أي إنسان الطباعة والقراءة وقد يبدو هذا وكأنه خاصية سلبية، ولكن بالنسبة للفرد الذي يعتمد على حاسة السمع، أي الرجل القبلي، أي جيل التليفزيون الجديد، فهو أكثر قدرة على أدراك النمط، وهو الأمر الذي يعتبر أساس العقل الإلكتروني فالطفل يتعلم اللغة كلها بما في ذلك التنغيم والأوزان، علاوة على المعنى أما الرجل المتعلم فإن الطريقة التي يحاول بها أن يحول الأصوات إلى مطبوع في عقله تؤخر تعلمه، فهو يأخذ الكلمات واحدة واحدة، ويضعها في فئات ويترجمها في تسلسل متعب، ويبذل في ذلك مجهوداً مضنياً .

وماكلوهان، مثل هارولد أنيس، يؤمن بأن التاريخ الحديث للمجتمعات الغربية ما هو إلا تاريخ (لاتصال ، متحيز)، واحتكار للمعرفة، يقوم على أساس المطبوع، ويعتبر المفكر أنيس أن الوسائل المطبوعة التي تقدم المضمون في شكل سطري مسئولة عن كثير من الاتجاهات غير المرغوبة التي ظهرت خلال الخمسة قرون السابقة ويقصد ماكلوهان، حينما يصف الاتصال الذي وجد في الخمسة قرون السابقة بالتحيز، أنه اتصال سيطر عليه المطبوع، وتحكم فيه يقول هارولد أنيس أن نمو وسائل الأعلام المطبوعة منذ القرن الخامس عشر قتل تقليد الاتصال الشفهي وحل محل تنظيم المجتمع على أساس الزمن، وما هو موجود **Temporal**تنظيم آخر قام على المساحة أو الاتساع Spatial، مما جعل الفرد يركز على أوجه نشاطه الخاصة، وجعل القيم نسبية، وحول محور السلطة من رجل الدين إلى الدولة، وشجع القومية المتطرفة، لاشك أن وجهه النظر هذه مهمة وجديرة بالدراسة، ولكن هذه التطورات التي حدثت لا يمكن أن نعزوها فقط إلى تطور تكنولوجية المطبوع، فمما لا شك فيه أن الاختراعات التكنولوجية الأخرى مثل وسائل المواصلات السريعة، ومصادر الطاقة الجديدة، والمعدات الآلية والإلكترونيات، وإحياء التعلم ، ونمو الديمقراطية، ونمو الطبقة المتوسطة

وتقسيم العمل، وإثارة مثاليات اجتماعية جديدة، لاشك أن هذه العوامل كان لها أيضا دور في التأثير

وإذا قلنا أن المطبوع كان له دور في كل تلك التطورات فإن هذه التطورات بدورها أثرت بشكل ما، على المطبوع، ولكن حلول مجتمع جديد محل المجتمع الشفهي أحدث تغييرات أساسية على نظرة الإنسان الكلية للظروف المحيطة به، وحوّل السلطة من أيدي أولئك الذين يستطيعون أن يتذكروا الماضي، ويحفظون الكتب السماوية، إلى أولئك الذين يعرفون الأماكن البعيدة والأساليب المختلفة لعمل الأشياء، وجعل في الإمكان تكوين جماعات اجتماعية كبيرة (وأحيانا حدوث تصادم بين تلك الجماعات) تحت قيادة مركزية هذه التغيرات التي حدثت حينما بدأ المجتمع يعتمد على وسائل الأعلام يمكن أن نراها اليوم في العديد من الدول النامية .

تلك كانت بعض آراء هارولد أنيس التي قبلها ماكلوهان، ولكن تناول ما كلوهن لتلك الأفكار هو تناول سيكولوجي، وهو يعيد إلى الأذهان افتراضات الباحثين ساير وورف، بالرغم من أن ماكلوهان مهتم بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الأعلام، وهو غير مهتم بتأثير اللغات، وعلى نظرة الفرد للعالم، وعلى الطرق التي يفكر بمقتضاها، ففكرته الرئيسية تقوم على أن وسائل الأعلام لا تنقل فقط معلومات ولكنها تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود، وهذا لا يجعل حواسنا تثار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس، وتغير في الواقع شخصيتنا ولم يكن ماكلوهان أول من قال أن (الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها) ولكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي تقتبس باستمرار .فهو يقول ((الوسيلة هي الرسالة) لأن طبيعة كل وسيلة إعلامية، وليس مضمونها، هو الأساس في تشكيل المجتمعات .

الوسيلة هي الرسالة :

يرفض ماكلوهان رأي نقاد وسائل الأعلام الذين يدعون أن وسائل الأعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تستخدم بها هذه الوسائل هي التي ستحد أو تزيد من فائدتها، يقترح ماكلوهان بدلاً من ذلك أنه علينا أن نفكر في طبيعة وشكل وسائل الأعلام الجديدة، فمضمون التليفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التليفزيون كذلك قد يتضمن الكتاب مادة تافهة أو مادة كلاسيكية، ولكن ليس لهذا دخل بعملية قراءته فالرسالة الأساسية في التليفزيون هي التليفزيون نفسه، العملية نفسها، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع فالرأي الذي يقول أن وسائل الأعلام أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند ماكلوهان، فالتكنولوجيا الحديثة، مثل التليفزيون أصبحت ظرفاً جديداً محيطاً مضمونه ظرف أقدم.وهذا الظرف الجديد يعدل جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، والطريقة التي يستجيبون بها إلى الأشياء.

ولا يهم إذا عرض التليفزيون عشرين ساعة يوميا أفلام(رعاة البقر) التي تنطوي على عنف وقسوة، أو برامج ثقافية راقية، فالمضمون غير مهم، ولكن التأثير العميق للتليفزيون هو الطريقة التي يعدل بمقتضاها الناس الأساليب التي يستخدمون بها حواسهم Sensory Patterns ويعبر عن هذا بقوله المختصر المشهور"الوسيلة هي الرسالة (The Medium is The Message-)".

ويعتبر هذا من أهم الإضافات التي قدمها مارشال ماكلوهان إلى ما قاله هارولد أنيس في كتابه (تحيز الاتصال) فقد حلل ماكلوهان الطريقة التي يفترض أن المطبوع يؤثر بمقتضاها، وقال أن المطبوع يفرض منطقاً معيناً على تنظيم التجربة البصرية، لأنه يحطم الواقع إلى وحدات منفصلة ومتصلة بشكل

منطقي وسببي، يتم إدراكه بشكل سطري على الصفحة بعد تجريدها من طبيعة الحياة الكلية، غير المرتبة، وذات الأبعاد الحسية المتعددة ويسبب هذا عدم توازن في علاقة بالظروف المحيطة به، لأن المطبوع يؤكد نوع من المعلومات يتم إدراكها بواسطة العين بدلاً من المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة الاتصال الشخصي، عن طريق كل الحواس، ولأن الكتابة والقراءة هما من أوجه النشاط الشخصية التي تتناول تجربة مجردة، فهما يفقدان الفرد لقبليته ويأخذانه خارج الثقافة الشفهية الوثيقة العرى، ويضعانه في ظرف خاص أو شخصي، بعيداً عن الواقع الذي يتناوله اتصاله .

وبالطبع فإن تطور المطبوع يسبب تماثلاً بين أبناء البلد الواحد، ويقرب البعيد، وبهذا تحل المدينة محل القرية، وتحل دولة الأمة محل دولة المدينة ويعني ماكلوهان أيضا بفكرة (الوسيلة هي الرسالة) بالإضافة إلى هذا أن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، فالضوء الكهربائي مثلاً هو معلومات صرفه، فهو وسيلة بلا رسالة، إلا إذا استخدم لتقديم إعلان أو رسم، ولكن إذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلغراف ، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية فمضمون الظروف الجديدة هو الظروف الأقدم.

ونحن نحاول دائما أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد وحينما كان الإنتاج الآلي جديداً خلق – بالتدريج ظروفا محيطة جديدة كان مضمونها الظروف القديمة للحياة الزراعية والفن والحرف .

فالظرف الآلي الجديد الذي يحيط بالأفراد حول الطبيعة إلى شكل فني، وللمرة الأولى بدأ الإنسان يعتبر الطبيعة مصدراً لقيم جميلة وروحية، وبدأ الناس في الإعجاب بالعصور السابقة، بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم الطبيعة كفن، وكل تكنولجيا جديدة

تخلق ظروفا جديدة محيطة تعتبر هي نفسها فاسدة تحط بالشأن ولكن الجديد يحول ما يسبقه دائما إلى شكل فني .

فحينما كانت الكتابة جديدة، حول أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً وحوّل عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني .

ونظرا لأن التكنولوجيا الحديثة المتغلغلة قد خلقت سلسلة كاملة من الظروف الجديدة، أصبح الإنسان واعيا ومدركا للفنون على أنها (ضد الظروف المحيطة(Anti –Environments) والأسلوب الذي تدرب به الإنسان قديماً على الملاحظة لم تعد له صلة بالعصر الذي نعيش فيه، لأنه يقوم على الاستجابات السيكولوجية والمفاهيم التي تأثرت بالتكنولوجية القديمة تكنولوجية الميكنة وقد يفسر هذا (عصر القلق) الذي نعيش فيه ،فنحن نشعر بالقلق لأننا نحاول أن نقوم بعمل اليوم بأدوات الأمس، وبمفاهيم الأمس .

وقد أصبح الشاب اليوم يدرك بالفطرة الظروف الحالية المحيطة أي الدراما الكهربائية، فهو يعيش بعمق، وربما كان هذا هو السبب في الفجوة الكبيرة الموجودة بين الأجيال، فالحروب والثورات والتمرد المدني هي من ظواهر الظروف الجديدة المحيطة التي خلقتها وسائل الأعلام الكهربائية، فقد أصبح زمننا هو زمن عبور الحواجز لإزالة الفئات القديمة، وللبحث عما حولنا، وتعمل الثقافة الغربية الرسمية على جعل وسائل الأعلام الجديدة تقوم بمهام الوسائل القديمة، لذلك نشهد حاليا أوقاتاً صعبة نتيجة للتصادم بين تكنولوجيتين عظيمتين، فنحن نقترب من الجديد بالاستعداد السيكولوجي للقديم وباستجاباتنا الحسية الملائمة للقديم، وهذا الصدام يحدث بالطبع في المرحلة الانتقالية، فالفن في أواخر العصور الوسيطة عبّر عن الخوف من تكنولوجية المطبوع بفكرة رقصة الموت .

واليوم يتم التعبير عن مخاوف مماثلة في مسرح العبث، والإنسان لم يكن يدرك أبدا القواعد الأساسية لنظم ظروفه المحيطة أو ثقافات الظروف المحيطة ولكن اليوم نظراً لأن ظروفنا المحيطة أصبحت تتغير بسرعة،أصبحنا قادرين حاليا على رؤية المستقبل، من الظروف المحيطة الحالية ، فالفلسفة الوجودية ومسرح العبث هي ظواهر المحيط الجديد الذى يعتمد على الكهرباء،هذه الظواهر تمثل الفشل الشائع الناتج عن محاولتنا أن نقوم بالعمل المطلوب الذي تتطلبه الظروف الجديدة المحيطة بأدوات أو وسائل الظروف القديمة .

والمهم أن أي (رسالة) أو أي (وسيلة) أو أي تكنولوجيا، هي تغيير للمدى أو المساحة أو الشكل الذي تدخله في الشئون البشرية.لم تدخل السكة الحديد الحركة أو المواصلات أو الطريق، في المجتمع البشري، ولكنها عملت على توسيع نطاق Scale تلك المهام البشرية السابقة،خالقة أنواعا جديدة من المدن، وأنواعا جديدة من العمل ووقت الفراغ،حدث ذلك في أي مكان عملت فيه السكة الحديد بشكل مستقل تماماً عن الحمولة أو المضمون الذي تحمله السكة الحديد كوسيلة للمواصلات، والطائرة من ناحية أخرى، بإسراعها بالمواصلات تميل إلى حل شكل السكة الحديد في المدينة والسياسة والارتباط، مستقلة تماما عن استخدامات الطائرة المختلفة أو ما تحمله .

إذا عدنا مرة أخرى إلى نموذج الضوء الكهربائي نجد أنه سواء استخدام في عمل عملية جراحية في المخ أو في إضاءة مباراة الكرة السلة، فهذا ليس مهماً نستطيع أن نقول أن أوجه النشاط تلك هي بشكل ما مضمون الضوء الكهربائي حيث أنها لا يمكن أن تتواجد بدون ضوء كهربائي.هذه الحقيقة تصور وجهة النظر التي تسيطر على مدى الارتباط البشري وشكله وعلى العمل البشري، أما المضمون أو استخدام الوسيلة فهو متنوع ولا يؤثر على تشكيل الارتباط البشري ولكن الملاحظ أن مضمون أي وسيلة يلهينا عن طبيعة الوسيلة نفسها، والضوء

الكهربائي لا يلفت انتباهنا كوسيلة اتصال لأنه ليس له (مضمون) وهذا يجعله مثالا طيبا لا ظهار الطريقة التي يفشل بسببها الناس تماما في دراسة وسائل الأعلام، فإذا لم يستخدم الضوء الكهربائي في عرض اسم سلعة فلن يلاحظه أحد كوسيلة، وفي هذه الحالة، فأن الضوء وليس (المضمون) الذي هو في الواقع وسيلة أخرى، وهو الذي لم تتم ملاحظته .

رسالة الضوء الكهربائي مثل رسالة الطاقة الكهربائية في الصناعة جذرية وشاملة وغير مركزية ونظراً لأن الضوء الكهربائي والطاقة منفصلان عن استخداماتهما إلا أنهما يستبعدان عوامل الزمن والمساحة في الارتباط البشري تماما كما يفعل الراديو، والتلغراف، والتليفون، والتليفزيون، خالقين اشتراطا أو اندماجاً Involvement بعمق .

كنا قد تحدثنا عن الأطفال الذين نشأوا عهد التليفزيون، وذكرنا أنهم يختلفون عن الأطفال الذين نشأوا في عهد المطبوع، نلاحظ حاليا أن نسبة كبيرة من الأطفال في المجتمعات الغربية الذين نشأوا في عهد التليفزيون يتركون المدارس في سن مبكرة، والسبب ليس الظروف الاقتصادية أو الظروف الاجتماعية السيئة، ولكن السبب هو أن طفل اليوم هو طفل التليفزيون، فالتليفزيون قدم ظروفا جديدة لتكييف بصري منخفض Low Visual Orientation واشتراك مرتفع، الأمر الذي يجعل قبول أسلوب التعليم القديم صعباً .قد تكون أحدى الاستراتيجيات لمواجهة هذه المشكلة هي رفع المستوى البصري لصورة التلفزيون لتمكن التلميذ من الوصول إلى مستوى يقترب من العالم البصري القديم لحجرة الدراسة والمناهج المقررة، وهذا يستحق التجربة كحل مؤقت، ولكن التليفزيون عنصر واحد من عناصر الجو الإلكتروني المحيط الذي يعتمد على شبكة أو دائرة الكترونية جاءت مباشرة، بعد العالم الذي اعتمد على العجلة والصامولة والمسمار لقد أصبح لزاما علينا أن نسهل انتقالنا من العالم البصري

المجزأ، أي عالم المطبوع، حتى نصل إلى أسلوب للتعليم نستخدم فيه كل وسيلة حديثة متوافرة .

حاليا يسمح لشباب اليوم بادراك معالجة التراث التقليدي للبشرية من خلال باب الوعي التكنولوجي، فقد أغلق المجتمع هذا الباب الوحيد الممكن ذلك لأن المجتمع ينظر إلى الشاب من خلال مرآة تعكس الأشياء والخليقة (أي الماضي) يعيش الشباب اليوم بعمق في عالم خيالي أو سحري بينما يواجه – عندما يتعلم –ظروفا منظمة على أساس المعلومات المصنفة، أي الموضوعات غير المتصلة التي يتم إدراكها بصريا على أساس خطي لا توجد أمام الطالب وسيلة للاشتراك ولا يستطيع أن يكتشف كيف تتصل المشاريع التعليمية بعالمه الخيالي الذي يتحرك فيه، وعلى المؤسسات التعليمية أن تدرك بسرعة أننا نعيش في حرب بين تلك الظروف المحيطة ووسائل الأعلام الأخرى، غير الكلمة المطبوعة، فالفصل الدراسي في كفاح مرير من اجل الحياة في العالم الخارجي الذي خلقته وسائل الأعلام الحديثة، ويجب أن ينتقل التعليم من التدريس، ومن فرض صور مطبوعة أو متماثلة على الطلبة إلى الكشف والاكتشاف والتعمق .

والوسيلة هي الرسالة، تعني بالإضافة إلى ذلك، أشياء أخرى فقول ماكلوهان يشير أيضا إلى أن لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر التليفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يحب الناس أن يقرءوا من اجل الاستمتاع بممارسة تجربة المطبوع، وكما يجد الكثيرون متعة في التحدث إلى أي شخص في التلفون كذلك يحب البعض التليفزيون بسبب الشاشة التي تتحرك عليها الصور والصوت .

علاوة على ذلك،(الرسالة) في الوسيلة هي تأثير الأشكال التي تظهر بها على المجتمع،الرسالة المطبوعة كانت كل جوانب الثقافة الغربية التي أثر عليها

المطبوع، والرسالة في وسيلة السينما هي مرحلة الانتقال من الروابط السطرية إلى الأشكال، كذلك يقترح ماكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها ومسئول عن مقدرتها على إيصال المضمون، فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، كرة القدم مثلاً أفضل في التليفزيون منها في الراديو أو في عمود الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على شاشة التليفزيون أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو، ولكن على العكس من ذلك أغلب تحقيقات الهيئات النيابية، أقل إثارة للملل في الجريدة عنها في التليفزيون، ويبدو أن كل وسيلة بها (ميكانيزم) خاص بها يجعل بعض الموضوعات أفضل من موضوعات أخرى .

الوسائل الساخنة والوسائل الباردة :

وقد ابتكر ماكلوهان، في تعريفه لذلك (الميكرنيزم) اصطلاحات فئات(الساخن) و (البارد) ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعلها، وما نطلق عليه كلمة (بارد) تستخدم عادة في وقتنا الحاضر لتعني الجدال الذي ينغمس فيه الناس بشدة، ومن ناحية أخرى (الاتجاه البارد) كان يعني الحياد الذي يميل إلى الابتعاد وعدم الاهتمام، كلمة (ساخن) أصبحت غير مستخدمة حينما طرأت تغيرات عميقة على طريقة النظر للأمور، ولكن التعبير الدارج (بارد) ينقل قدرا إلى جانب الفكرة القديمة (ساخن) فهو يشير إلى نوع من الالتزام والمساهمة في ظروف تتضمن قدرات الفرد كلها .

ماكلوهن لا يهاجم فقط السطرية، ولكن أيضا الطبيعة التجريدية للغة المطبوعة التي تعتبر من عناصر قوتها، وبدلاً من المقدرة على التجريد، يهتم بالمقدرة على التخيّل التي تعتبر محور فكرته أو مفهومه، الذي يقتبس دائما حينما يفرق بين الوسائل (الساخنة) و (الباردة) فالوسيلة (الساخنة) هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم

المعنى، مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع من العلاقات التي تقدم إليه.أما الوسيلة (الباردة) فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أو تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدر كبير من الخيال.

ولكن حتى ماكلوهان نفسه لا يتسم بالثبات الكامل في تصنيفه لوسائل الأعلام تحت هاتين الفئتين، فهو يعتبر المطبوع والراديو من الوسائل (الساخنة) التي تستخدم كل منهما حاسة واحدة، ولا تحتاج (في رأي ماكلوهان) إلا لقدر بسيط من الخيال، بينما يعتبر الفيلم الناطق والتليفزيون، من (الوسائل الباردة) التي تحتاج، كما يقول ماكلوهان، إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من جانب المتفرجين والغريب في نتائج ماكلوهان المتصلة بالاحتياج للخيال أنه، لا يعتمد أساسا على الحاجة للتنظيم والتجريد من القدر الكبير من التجربة المحددة التي يقدمها التليفزيون، ولكنه يهتم أساسا بأسلوب الإدراك، بمعنى أن التليفزيون يقدم عددا كبيرا من نقاط الضوء الصغيرة التي يجب أن تنظمها الأنظمة العصبية والحسية المركزية، وتكون منها صورة للواقع .

بهذا المعنى يستطيع الفرد أن يعتبر الآلية الذاتية Automation باردة في حين أن الأنواع الميكانيكية القديمة أو (الوظائف) المجزأة، ساخنة، والشخص التقليدي أو غير المتطور أو المحافظ ليس (بارداً) لأن قدراته لا تساهم بعمق .

الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة وضوحها مرتفعة، High Definitionأو هي أقرب للأشياء الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية كما أن بها قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة، ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي، أما الوسيلة (الباردة) فدرجة وضوحها (منخفضة) والمعلومات التي تنقلها أيضاً منخفضة، وتتطلب من جانب الجمهور مساهمة لتكملة التجربة صورة التليفزيون درجة وضوحها منخفضة، لذلك يضطر الفرد إلى المساهمة أو الاشتراك سيكولوجيا بدرجة كبيرة.أي يضطر المتفرج إلى أن يملأ

المساحات التي يشاهدها بالعقل، كما يفعل بالكارتون، لهذا نجد متفرج التليفزيون أكثر اشتراكا في تكملة الصورة التي يقدمها التليفزيون منه في حالة الفيلم السينمائي، فهو مضطر لبذل مجهود، وهو يستعرض الصور بعينه ليكملها ويملأ نواحي النقص فيها ..

سمي ماكلوهان التليفزيون وسيلة (باردة) والصحافة وسيلة (ساخنة) بسبب المدى الذي تشترك به حواسنا في كل منها،(وتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع يتوقف إلى حد كبير، على درجة حرارتها) فإن الوسيلة الساخنة تسمح بمساهمة أقل من الوسيلة الباردة، فالمحاضرة مثلا تسمح بمساهمة أقل من الندوة) السمنار) والكتاب يحتاج إلى مساهمة أقل من الحوار، والكارتون وضوحه أو دقته (منخفضة) ذلك لأنه يقدم قدرا بسيطا من المعلومات .فهو بارد .

المطبوع وسيلة ساخنة، يفرض نمطه على الصفحة، يتكرر بلا نهاية، وهو يقوم على التجريد، ويحمل المطبوع الإنسان بعيدا عن العلاقات الوثيقة التقليدية المعقدة إلى أسلوب الحياة الحديثة، من القبلية إلى الأممية، ومن الإقطاع إلى الرأسمالية، ومن الحرفية إلى الإنتاج على نطاق واسع، ومن الحكمة إلى العلم، والمطبوع يقوم على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لا نهائي تقريبا .

الحديث الشفهي، على العكس من ذلك، وسيلة باردة، فهو يطور حواراً واستجابة، ورجع صدى، وأنماط معقدة ومتداخلة للعلاقات الشخصية ومجتمعات مركزة في العائلة، وأخلاقيات عائلية وقبلية، واعتقاد أو إيمان بأشياء خارقة للطبيعة .

والراديو وسيلة ساخنة، وكان دائما وسيلة أساسية لتسخين الدماء في أفريقيا والهند والصين .

والفكرة الرئيسية أن الوسيلة الساخنة تُبعد، والوسيلة الباردة تقرّب أو تستوعب : الوسائل الساخنة درجة المساهمة فيها أو تكميل الجمهور لما تقدمه ضئيلة، أما الوسائل الباردة فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه عالية الوسيلة الساخنة هي التي تمد الحواس، وهي على درجة عالية من الوضوح، ونعني بالوضوح العالي، توفير الوسيلة للمعلومات بشكل عام بدون مساهمة شديدة من جانب الجمهور، فالصور،على سبيل المثال،درجة وضوحها مرتفعة لذلك هي ساخنة، بينما الكارتون درجة وضوحه منخفضة لذلك فهو بارد، لأن الرسم الفج يوفر معلومات بصرية بسيطة جداً، ويستلزم من المتفرج أن يكمل الصورة بنفسه لهذا التليفون، الذي يعطي الأذن معلومات بسيطة نسبيا، هو وسيلة باردة كذلك الكلام، فكلاهما يتطلب من المستمع قدراً كبيراً من التكميل أو ملء الفجوات،من ناحية أخرى، الراديو ليس وسيلة ساخنة لأنه يوفر بشكل حاد وعميق قدراً كبيراً من المعلومات المسموعة العالية في وضوحها بحيث لا تتطلب سوى جهداً بسيطاً من الجمهور لكي يكمله أو لا تترك أي شيء للجمهور لكي يكمله المحاضرة،على نفس النمط، ساخنة، ولكن الندوة أو السمنار وسيلة باردة والكتاب ساخن، ولكن المحادثة وسيلة باردة .

ويطبق ماكلوهان أيضا الاصطلاحين (ساخن) و(وبارد) على التجارب وعلى الناس والدول، فيقول أن وسائل الأعلام الباردة أفضل بالنسبة للأفراد الذين يتميزون بطابع فردي إلى حد كبير، أي الأفراد الأكثر برودا الذين يصعب أثارتهم ووسيلة مثل الراديو تحتاج إلى صوت يتصف بخصائص متميزة عن غيره ويمكن التعرف عليه مباشرة،أما التليفزيون فيفضل الأفراد الذين تكون (درجة وضوحهم) منخفضة جداً بحيث يظهرون عاديين ولكن بشكل إيجابي .

على هذا الأساس نستطيع أن نفسر جميع الظواهر التي كانت في الماضي لا تخضع للفحص والدراسة مثل نجاح الشخص غير العاطفي أو غير

المثير أو غير الجذاب في التليفزيون أي الشخصيات العادية ويقول ماكلوهان ((أن التليفزيون وسيلة باردة، ترفض الشخصيات والموضوعات الساخنة أكثر من الصحافة التي تعتبر وسيلة ساخنة فلو كان التليفزيون موجودا على نطاق واسع خلال حكم هتلر لساعد ذلك على اختفاء هتلر بسرعة))!

وعلينا أن نشير إلى أنه بينما يعتبر ماكلوهان على تأثير الوسيلة نفسها نافع ومفيد،إلا أن تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها ،فالرسالة هي الرسالة والوسيلة هي الوسيلة وكل واحدة تؤثر على الأخرى بحيث لا يمكن فصل واحدة عن الأخرى فالأخبار في الرأي الا بعض هي الأخبار بصرف النظر عن الوسيلة التي تنقل بها الناس ولو أن درجة اكتساب المعلومات من التليفزيون اذا لم يتطابق النص مع الصورة، قد تقل كثيرا هناك دليل على أن الإدراك وجمع نقط الضوء على شاشة التليفزيون يحدث اختلافا في التأثير كما أن هناك حاجة إلى اعادة التفكير في موضوع الخيال الذي يحتاج إليه نوع ما من أنواع الاتصال وهو الأمر الذي لفت ماكلوهان أنظارنا إليه فهناك من يقول بأن قدر الخيال الذي تحتاج إليه ترجمة المطبوع إلى صور واقعية أكبر من ذلك الذي تتطلبه مشاهدة التليفزيون، كما أن هناك من يقول بأن غياب الصوت في الأفلام الصامتة يحتاج لخيال أكبر من الخيال الذي تحتاج إليه الأفلام الناطقة .

وتأكيد ماكلوهان على تأثير الوسيلة نفسها مفيد،كما أن إشارته إلى تأثير التوازن أو عدم التوازن بين نسب استخدام وسائل الحس تؤثر على أو تعيد بناء كل قيمنا ومؤسساتنا، وهذا له أهمية كثيرة وتأثير المطبوع السطري على منطق التفكير، يعتبر من الأمور الجديرة بالدراسة، ولكن وقع ماكلوهان الأساسي ينبع مما قاله عن التليفزيون، فكلاً من ماكلوهان وهارولد أنيس يعتبران أن نمو وتطور المطبوع إلى عصر التليفزيون الجديد، فهو يرى أن

التليفزيون سوف يعيد التوازن الصحي للحواس، وسوف يجعل الفرد يهتم بأمور أخرى غير شؤونه الخاصة، كما سوف يعيد الأحاسيس القبلية إليه .

فماكلوهان يرى أن مد جهازنا العصبي تكنولوجيا، يغمسنا في حركة تجمع عالمية للمعلومات، وتمكن الإنسان من إدماج البشرية كلها داخله، وإن دور الإنسان المتعلم في العالم الحديث، وهو دور الإنسان الذي يبعد نفسه ويفصل نفسه عن الأمور المختلفة، سوف يتغير ويتحول إلى مساهمة شديدة بسبب الوسائل الإلكترونية التي ستجعلنا مرة أخرى نعود إلى الترابط، ولكن الطبيعة المباشرة لحركة المعلومات الالكترونية تقوم على اللامركزية، وبدلا من توسيع عائلة الإنسان تميل إلى بناء وجود قبلي متعدد، ويظهر هذا بشكل خاص في الدول المتقدمة، حيث يخلق الصراع بين الثقافة القديمة والبطيئة والمجزأة، والثقافة الالكترونية الجديدة أزمة في تحديد الشخصية، وفراغ في الذات، يسبب عنفاً شديداً، بحثاً عن شخصية خاصة أو عامة .

فالتليفزيون سوف يعود بالفرد مرة أخرى إلى التجارب الجماعية للثقافة الشفهية وسوف يشجع المساهمة بدلا من الانسحاب والعزلة، والعمل بدلا من الاقتصار على التفكير، والعلاقات السليمة بدلا من القومية المتطرفة، فهذه النظرة إلى المفيد للتليفزيون في الوقت الذي ينشغل فيه الناس في التحذير من تأثير التليفزيون المادي والعنيف تعتبر من المساهمات الأساسية التي قدمها ماكلوهان .

نظرية التقمص الوجداني

المقدرة على التقمص الوجداني جزء لا يتجزأ من الاتصال، لأنه يربط بين ذهن المرسل وذهن المتلقي، والتقمص الوجداني هو المقدرة عن فهم الحالة الذهنية لشخص آخر، كأن تقول لشخص آخر (أنني أفهم مشاعرك.) كيف يتحقق التقمص الوجداني .؟ وما هي قيمته للاتصال في هذه العملية ؟

يكتسب الفرد المقدرة على التقمص الوجداني بالتحرك المادي من مكان إلى آخر أو عن طريق التعرض لوسائل الإعلام، التي تجعل التحرك السيكولوجي يحل محل التحرك المادي أو الجغرافي، وقيمة التقمص الوجداني للاتصال يمكن تلخيصها في أنه لكي نتصل يجب أن يتوافر لنا على الأقل ثلاثة عناصر :

1 وسائل مادية للاتصال

2 رجع صدى

3 مقدرة على التقمص الوجداني

والمقدرة على التقمص الوجداني، أي عمل استنتاجات عن الآخرين وتغيير تلك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة ، هذه المقدرة معروفة منذ ألفي عام، فقد أشار إليها أفلاطون وسان جون وسان أوجستين وسان الاكويني Equnasوبعد ذلك سبينوزا Spinoza في مؤلفاتهم، وقد اعتبرها آدم سميث وهربرت سبنسر عملية انعاكس بدائي، وفي هذا القرن ناقش الباحثون ليبس Lippsوريبوت Ribot وشلير Scheler التقمص الوجداني في تحليلهم للعطف ويرجع الفضل في (نحت) كلمة الوجداني Empathy في اللغة الإنجليزية إلى تيوردور ليبس الذي سماها Feeling Into وقد طور الباحث جورج ميد نظرية التقمص الوجداني في كتابه Mind,self,and societyفقد افترض ميد أنه حينما نتوقع أو نستنتج مشاعر الآخرين، وما سيفعلونه، وحينما نخرج بتنبؤات تتضمن السلوك الخاص للإنسان ، واستجاباته الخفية ، وحالاته الداخلية

ومعتقداته ، ومعانية.حينما نطور توقعات وحينما نتنبأ نفترض أن لدينا مهارة يسميها علماء النفس بالتقمص الوجداني، أي القدرة على الإسقاط وتصور انفسنا في ظروف الآخرين، ويساعد على تطوير تلك القدرة، التحرك المادي، من مكان إلى اخر،كذلك تعمل وسائلُ الإعلام على تطوير المقدرة على التقمص الوجداني بين الأفراد الذين لم ينتقلوا من مجتمعاتهم المحلية أبداً، لأن تلك الوسائل تنقل العالم الخارجي إليهم .

وهناك نظريتان عن التقمص الوجداني :

نظرية تقول أننا نجرب الأشياء مباشرة، ونفس ما يفعله الآخرون وفقاً لخبراتنا، أي نفترض ان جميع الناس سوف يتصرفون بنفس الطريقة التي نتصرف بها، وإننا لا نستطيع أن نتنبأ بما سيفعله الآخرون، إذا لم نمر نحن أنفسنا بنفس التجربة التي يمرون بها .

والنظرية الثانية تقول اننا نحاول أن نضع أنفسنا في ظروف ومواقف الأخرين، وفي اتصالنا نتحول من الاستنتاجات إلى اخذ أدوار الآخرين، على أساس تنبؤاتنا .

كيف نطور هذه المقدرة على التقمص الوجداني ؟

إن هذا « سؤال أساسي لطلبه الاتصال ، ولكن للأسف ليس لدينا رد قاطع عليه، فهناك بعض النظريات المتعلقة بالتقمص الوجداني تتفق مع الأدلة التي تم التوصل إليها بالبحث، ونستطيع أن نعرف التقمص الوجداني بأنه العملية التي نتوصل بمقتضاها إلى توقعات ، توقعات عن الحالات السيكولوجية الداخلية الإنسان .

كيف يحدث هذا ؟ .هناك ثلاث وجهات نظر أساسية عن التقمص الوجداني، فترى إحدى مدارس الفكر أنه ليس هناك تقمص وجداني، وإننا لا نستطيع أن نطور توقعات،الذين يؤيدون هذا الرأي هم من المؤمنين غالبا بنظرية

التعلم البسيطة المكونة من منبه واستجابة، وأصحاب هذه النظرية يقولون أن كل ما لدينا في عملية الاتصال هو مجموعة من الوسائل، رسالة يقدمها شخص ويدركها شخص آخر، بمعنى آخر هناك منبهات واستجابات، وهذا كل ما في الأمر ونظرية التعلم البسيطة قد تفسر التعلم غير البشري عند الحيوان ولكنها لا تفسر سلوك البشر، فالبشر يطورون توقعات، ولديهم المقدرة على تصور أنفسهم في حالات وظروف الآخرين النفسية، ولهذا لا نستطيع قبول الرأي الذي لا يعترف بوجود التقمص الوجداني، وأننا لا نستطيع أن نطور توقعات وتنبؤات ذلك لأنه لا بد أن تحدث عملية تفسيرية من نوع ما قبل القيام بالاستجابة وتطوير التوقعات يحتاج إلى موهبة من نوع ما، فنحن في حاجة إلى أن نفكر في الأشياء التي ليست أمامنا والتي لم نجربها، ولكي يكون لدينا توقعات، ولكي نتحدث عن الأشياء غير المتوفرة، نحن في حاجة إلى أن نصنع تلك الرموز ونؤثر عليها فالإنسان يختلف عن الحيوان في أنه يطور كلتا المهارتين التين حدثنا عنهما فهو قادر على أدراك الرموز والتأثير عليها، كما أنه يستطيع أن يصنع الرموز لتخدم أغراضه، لهذا السبب يستطيع أن يعيد تقديم الأشياء غير الموجودة أمامه، أي تقديم ما ليس هنا وما لا يحدث الآن، ومن الواضح أن الإنسان لديه تلك المهارة، بالرغم من أن هناك اختلافات فردية بين الناس .

لهذا يرفض الباحث الرأي الذي لا يعترف بمفهوم التقمص الوجداني، فنحن جميعاً نتوقع المستقبل ونقوم بعمل تنبؤات عن العلاقات بين

(1) السلوك الذي نقدم عليه،

(2) والسلوك الذي يقدم عليه الآخرون استجابة على سلوكنا .

(3) والاستجابة التالية التي نقدم عليها بناء على سلوك الناس .

فنحن نقوم بأكثر من الفعل ورد الفعل، لأننا نطور توقعات عن الآخرين تؤثر على أعمالنا قبل أن نقوم بتلك الأعمال، وهذا ما نعنيه بالتقمص الوجداني .

وهناك نظريتان معروفتان عن أسس التقمص الوجداني توافق النظريتان على أن المادة الأساسية للتوقعات هي السلوك المادي الذي يقوم به الإنسان وكلتا النظريتين توافقان على أن تنبؤات الإنسان عن الحالات السيكولوجية الداخلية عنده تقوم على السلوك المادي الذي يمكن ملاحظته وكلتاهما تتفقان على أن الإنسان يكون تلك التنبؤات باستخدام رموز تشير إلى ذلك السلوك المادي وبالتأثير على تلك الرموز .

أولا – نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني Inference Theory of Empathy :

تقول نظرية الاستنتاج في مجال التقمص الوجداني أن الإنسان يلاحظ سلوكه المادي مباشرة، ويربط سلوكه رمزيا بحالته السيكولوجية الداخلية ، أي بمشاعره وعواطفه الخ ، ومن خلال هذه العلمية ، يصبح لسلوكه الإنساني معنى ،أي يصبح (لتفسيراته معنى) يطور الفرد مفهومه عن ذاته بنفسه على أساس ملاحظاته وتفسيراته لسلوكه الخاص .

وبمفهوم الذات، يتصل بالآخرين ويلاحظ سلوكهم المادي، وعلى أساس تفسيراته السابقة لسلوكه وما ارتبط من مختلف المشاعر والعواطف يخرج باستنتاجات عن حالة الآخرين السيكولوجية بمعنى آخر، يقول لنفسه أنه إذا كان سلوكه يعكس كذا وكذا من المشاعر، إذا قام شخص آخر بهذا السلوك فهو أيضا يعكس نفس المشاعر التي شعر بها حينما قام بهذا العمل .

هذا الرأي في التقمص الوجداني يفترض أن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن نفسه، ومن الدرجة الثانية عن الناس الآخرين يقول أن

الإنسان لديه المقدرة على فهم نفسه، عن طريق تحليل سلوكه الذاتي، ومن هذا التحليل يستطيع الإنسان أن يخرج باستنتاجات عن الآخرين تقوم على أساس أن هناك تماثلاً بين سلوكهم وسلوكه .

ولنأخذ مثالاً لهذا، افترض أنك لاحظت أنك تقوم بدق المائدة بيدك كلما شعرت بالغضب، ثم شاهدت شخصاً آخر يدق بيده على المائدة، حينئذ سوف تستنتج من سلوكه أنه غاضب، أي أنك تستطيع ان تستنتج أحاسيسه الداخلية من

(أ) ملاحظة سلوكه.

(ب) مقارنة سلوكه بسلوك مماثل أقدمت عليه وعبرت فيه عن غضبك . .

هذا هو الموقف الذي تأخذه نظرية الاستنتاج المتصلة بالتقمص الوجداني فما هي الافتراضات الكامنة فيها ؟

1. إن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن أحاسيسه الداخلية، ويمكن أن تكون ليه معلومات من الدرجة الثانية عن أحاسيس الآخرين الداخلية .

2. إن الآخرين يعبرون عن أحاسيسهم الداخلية بالقيام بنفس السلوك الذي نقوم به للتعبير عن مشاعرنا .

3. .إن الإنسان لا يستطيع أن يفهم الحالة الداخلية للاخرين، ما لم يجرب تلك الحالة بنفسه، فالإنسان لا يستطيع أن يفهم العواطف التي لم يشعر بها والأفكار التي لم تخطر بذهنه الخ .

وسنعالج هذه الافتراضات واحدة بعد أخرى :

أولاً :تقول نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني أن معلومات الإنسان عن نفسه هي معلومات من الدرجة الأولى، وكل المعلومات الأخرى هي معلومات من الدرجة الثانية، وسنناقش هذا الافتراض ونحن نستعرض نظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني .

ثانيا الافتراض الثاني يشير إلى أن كل الناس تعبر عن أحاسيسها بسلوك واحد متشابه في مجموعه، وأن كل الناس يعنون نفس الأشياء بالسلوك الذي يقدمون عليه، ولكن هذا الافتراض لا يمكن قبوله بشكل مطلق ، بل وكثيراً ما يفشل الاتصال بسبب هذا الاعتقاد، فنحن نفترض دائماً أن الشخص الآخر يعطي نفس المعنى الذي نعطيه لكلمة ما، وأن ابتسامة من شخص آخر تعبر عن نفس الحالة الداخلية التي تعبر عنها ابتساماتنا، وأن الآخرين يرون العالم بنفس الطريقة التي نراه بها، لمجرد أنهم يقومون بقدر كبير من السلوك المادي الذي نقوم به.

حقيقة أننا كثيراً ما نتوصل إلى أفكارنا على الحالات الداخلية للآخرين باستنتاجها من حالاتنا الذاتية، كما نربطها بسلوكنا الذاتي، ولكننا ونحن نفعل ذلك كثيراً ما نخطئ، فنحن نفشل دائماً في معرفة ما يحدث في نفوس الآخرين حينما نفترض أنهم مثلنا .

ونحن في حاجة إلى استخدام أسلوب آخر في معالجة التقمص الوجداني يفسر تفسيراً كاملاً نجاحنا في التنبؤ بسلوك الآخرين، وتوقع ذلك السلوك ونحن في حاجة إلى أسلوب يفترض أن الناس ليسوا متماثلين .

علاوة على هذا هناك دلائل تشير بعدم صحة الافتراض الثالث لنظرية الاستنتاج الذي يقول بأننا لا نستطيع أن نفهم المشاعر الداخلية للناس الآخرين ما لم نجربها بأنفسنا، وحقيقة أن الإنسان يفهم بشكل أفضل تلك الأشياء التي جربها بنفسه، ولكنه يستطيع بالرغم من ذلك أن يفهم (على الأقل جزئياً) بعض المشاعر التي لم يجربها، على سبيل المثال نستطيع أن نحس بشعور الأم عندما تفقد طفلها، ونستطيع أن نتصور مشاعر السعادة التي يشعر بها الفرد الذي يتزوج الفتاة التي يحبها، بالرغم من أننا نحن أنفسنا لم نتزوج، فالتجربة تزيد فهمنا، ولكنها ليست أساسية للفهم ،والحجج الأساسية في نظرية الاستنتاج

للتقمص الوجداني فيها بعض المزايا، إلا أن نظرية الاستنتاج لا تفسر التقمص الوجداني بشكل يبعث تماماً عن الرضا، لذلك سنهتم بنظرية أخذ الأدوار التي روجها جورج ميد، وتعتبر أنعكاساً لوجهة النظر السيكولوجية الاجتماعية .

- ثانيا نظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني :

إذا افترضنا أن معلومات الإنسان من الدرجة الأولى هي عن نفسه، أو أن الإنسان يكوّن مفهوماً معيناً عن ذاته قبل أن يتصل بالآخرين، نستطيع أن نفحص سلوك بعض الأفراد ونحاول أن نفسر نتائج ذلك السلوك على التقمص الوجداني .

إذا نظرنا إلى الطفل الرضيع وكيف يتصرف وكيف يطور قدراته على التقمص الوجداني، نجد أن المادة الرئيسية التي يلاحظها الطفل هي السلوك المادي أي الرسالة السلوكية، والطفل مثل أي شخص آخر يستطيع أن يلاحظ، ويقوم بسلوك عادي ..السؤال الآن هو كيف يطور الطفل تفسيراته عن ذاته وعن الآخرين ؟

إن أصحاب نظرية أخذ الأدوار يدّعون أن الطفل المولود حديثاً لا يستطيع أن يميز أو يفرق عن الآخرين ولكي يطور فكرته عن ذاته يجب أن ينظر الطفل أولاً إلى نفسه كشيء وأن يتصرف تجاه نفسه كما يتصرف تجاه الناس الآخرين، بمعنى آخر فكرة الذات لا تسبق الاتصال، بل تتطور من خلال الاتصال الطفل الصغير يقلد كثيراً، فهو يلاحظ سلوك الآخرين ويحاول أن يقلد سلوكهم بقدر الإمكان، بعض السلوك الذي يقلده سلوك موجه إليه، فأمه تحدث أصواتا حين تتحدث في وجوده، ويبدأ الطفل في تقليد تلك الأصوات ووالده يحرك عضلات وجهه (يبتسم) في وجوده فيبدأ في تقليد حركات الوجه هذه، وبتقليد السلوك الموجه إليه يبدأ الطفل بنفسه في التصرف، كما يتصرف الآخرون نحوه، ولكن ليس لديه تفسير لتلك الأعمال أو التصرفات، وليس لتصرفاته معنى عنده، هذه هي بداية أخذ الأدوار وبداية تطوير الذات، وفي المرحلة

الأولى من مراحل آخذ الأدوار يمارس الطفل فعلاً أدوار الآخرين بدون أن يفسرها يقلد سلوك الآخرين، ويجازى على استجاباته التي يأخذ فيها أدواراً، فيترك الاستجابات التي لا يرضى الآخرون عنها، في حين يستبقي الاستجابات التي حظيت بقبولهم .

ويتطور الطفل يزداد سلوكه الذي يأخذ فيه أدوار الآخرين، ويتصرف نحو نفسه بشكل متزايد، بنفس الطريقة التي يتصرف بها الآخرون نحوه، في نفس الوقت، يتعلم أن يصنع مجموعة من الرموز ويتحكم فيها، يصنع رموزاً لها معنى عنده وعند الآخرين، وحينما يزود الطفل بمجموعة من الرموز، يستطيع أن أ يبدأ في فهم الأدوار التي يأخذها، ويستطيع أن يفهم كيف سيتصرف الآخرون نحوه، كما يستطيع أن يبدأ فعلاً في وضع نفسه في أماكن الآخرين وينظر إلى نفسه بالطريقة التي ينظر بها الناس إليه، وكثيراً ما نشاهد أطفالاً صغاراً يبلغون من العمر عامين أو ثلاثة يلعبون بإقامة حفلات شاي يتخيلونها ونسمعهم يؤنبون بعضهم البعض، بصنع رسائل كانت قد وجهت إليهم، مثل احمد يجب الا تفعل ذلك وألا حرمتك من الحلوى، أو لا يا زينب، ليست هذه هي الطريقة التي يجب أن تجلسي بها على المائدة .

حينما يتصرف الطفل بهذا الشكل، فهو ينظر إلى نفسه كمحور للسلوك، أي ينظر إلى نفسه على أنه شيء خارجي، فهو يلعب دور الوالدين، ويضع نفسه في مكان الوالدين، هذه هي المرحلة الثانية من مراحل اخذ الأدوار، وفيها يلعب الطفل أدوار الآخرين بفهم، وحينما ينضج الطفل يقوم بأدوار الآخرين الأكثر تعقيداً، وباستخدام الرموز يستنتج أدوار الآخرين ويحتفظ بتلك الأدوار في ذهنه، بدلاً من القيام بأدوار الآخرين مادياً، هذه هي المرحلة الثالثة من مراحل القيام بدور، وهي المرحلة التي يبدأ فيها الطفل في وضع نفسه في أماكن الآخرين رمزياً، بدلاً من وضع نفسه مكانهم مادياً .

وحينما يضع الطفل نفسه في مكان الأطفال الآخرين، يطور توقعات عن سلوكه الذاتي أي عما هو متوقع منه في هذه الظروف، ثم يتصرف بعد ذلك وفقاً لتلك التوقعات، كما يحددها أخذه لأدوار الآخرين، إذا قام بعمل جيد، وهو يأخذ الأدوار سيتفق سلوكه مع توقعات الآخرين وسيكافؤنه، وإذا لم يقم بما هو متوقع منه في اخذ الأدوار لن يكافئ، بل سيعاقبه الآخرون، وباستمرار، بالمساهمة في نشاط الجماعة، يمارس الطفل أدواراً كثيرة يقوم بها الآخرون، وفي قيامه بتلك الأدوار ينظر إلى نفسه كمتلقي، وكمحور للسلوك، وبالتدريج يبدأ في التعميم عن ادوار الآخرين، أي يبدأ في تكوين أفكار عامة عن الطريقة التي سوف يتصرف بها الآخرون، وكيف يفسرون وكيف يستجيبون عليه، ويسمى هذا مفهوم التعميم عن الآخرين، والتعميم عن الآخرين هو عملية تجريدية تقوم على ما يتعلمه الفرد عن الأدوار الفردية الشائعة التي يقوم بها الآخرون في جماعته .

كل منا يطور ويعمم عن الآخرين، على أساس خبراتنا في ظروف اجتماعية معينة، وعلى أساس أدوار الآخرين المتتابعة التي نقوم بها، التعميم عن الآخرين يوفر لنا مجموعة من التوقعات عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها هذا هو ما نعنيه بمفهوم الذات، أي أن مفهوم الذات عندنا هو مجموعة من التوقعات التي نعتنقها، عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها في ظرف معين كيف نطور مفهوم الذات ؟ ..أننا نطوره عن طريق الاتصال، وعن طريق أخذ أدوار الآخرين وعن طريق التصرف نحو الآخرين، كمحور للاتصال، وعن طريق تطوير تعميم عن الآخرين .

نظرية الاستنتاج تفترض وجود مفهوم الذات، وتقترح أننا نستطيع أن نتقمص وجدانيا باستخدام مفهوم الذات، لنخرج باستنتاجات عن حالات الآخرين الداخلية، وتقترح نظرية الاستنتاج أن مفهوم الذات يحدد كيف

نتقمص وجدانيا، أما نظرية أخذ الأدوار فتعالج الموضوع من الناحية الأخرى تماماً فتقترح أن مفهوم الذات لا يحدد التقمص الوجداني بدلاً من ذلك الاتصال يؤدي إلى مفهوم الذات، وأخذ الأدوار يسمح بالتقمص الوجداني، كلتا النظريتين تعطيان أهمية كبيرة لطبيعة اللغة والرموز المهمة في عملية التقمص الوجداني وتطوير مفهوم الذات.

أي منهما نصدق.؟ وكيف يتقمص الإنسان وجدانيا ؟ ..نقول أن الإنسان يستخدم كل تلك الأساليب في التقمص الوجداني، فالإنسان يبدأ بأخذ الأدوار، فكل منا يأخذ أدوار الآخرين، وكل منا يعمم عن الآخرين والطريقة التي ننظر بها إلى أنفسنا يحددها مفهومنا أو أسلوبنا في التعميم عن الآخرين، والمضمون الاجتماعي الموجود وتوقعات الآخرين عن سلوكنا حينما ننضج نطور أو نبني مفهوم الذات، ثم نعمل وفقاً له، نبدأ الآن في عمل استنتاجات عن الآخرين، تقوم على أساس مفهومنا عن الذات، فنقلل من قيامنا بأدوار الآخرين، ونزيد من استخدامنا للاستنتاجات، ونفترض أن الناس الآخرين مثلنا وأن سلوكهم يعكس نفس الحالات الداخلية التي يعكسها سلوكنا ونستمر في القيام بذلك حتى يصبح هذا العمل غير مجزياً .

حينما نتقمص وجدانيا، بعمل استنتاجات ثم لا نجازى عليها نضطر إلى نلجأ إلى حل واحد من حلين أما :

1. أن نحرف سلوك الآخرين الذي ندركه ونجعله يتفق مع توقعاتنا .
2. أو أن نعيد النظر في صورتنا الذهنية عن أنفسنا، ونعيد تعريف ذاتنا، ونعود مرة أخرى إلى أخذ الأدوار .

وإذا لجأنا إلى الحل الأول أي تحريف العالم الذي ندركه، نصبح مرضى بأمراض عقلية، وتصبح لدينا تصورات غير واقعية، وينتهي بنا المطاف في مستشفى للأمراض العقلية، وهذا ليس مرغوباً فيه، ونستطيع أن نتنبأ بأن مشكلة الصحة

العقلية متصلة بعدم مقدرة الإنسان أو عدم رغبته في تغيير صورته الذهنية عن نفسه، حينما يجد أن هذه الصورة غير مجزية في الظروف الاجتماعية المحيطة به.

وماذا عن الحل الثاني البديل، أي إعادة تعريف الذات.؟ لكي نفعل هذا علينا أن نعود إلى اخذ الأدوار، أدوار الآخرين، وأن نطور مفهوماً جديداً للتعميم عن الآخرين، ومجموعة جديدة من التوقعات عن سلوكنا، حينما نفعل ذلك نعيد أنفسنا ونغير سلوكنا، وفقاً لهذا التعريف الجديد، ونبدأ مرة أخرى في الخروج باستنتاجات عن الناس الآخرين .

حينما نلعب دور شخص آخر، نجمع في وقت واحد نظريتي الاستنتاج وأخذ الأدوار، وحينما نلعب دوراً نحن نقدم في الواقع على سلوك معين، من هذا نستطيع أن نستنتج حالاتنا الداخلية المتصلة بهذا السلوك أو ذاك، ونستطيع أن نستخدم تلك الاستنتاجات في القيام بدور شخص آخر.

فعمليتا القيام بدور والاستنتاج تسيران سوياً باستمرار، فهي تعني أن الإنسان يكيف نفسه، ويستطيع أن يغير سلوكه ليتفق مع الظروف والوضع الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه، وذلك بأن يطور توقعات يقوم فيها بأدوار الآخرين أو باستنتاجات، أو يفعل الأمرين معاً .

والسؤال هنا متى نجد أنه من الضروري أن نعيد تعريف الذات.؟ نشعر بالحاجة إلى ذلك حين ندخل في جماعة جديدة أو نجد أنفسنا في ظروف اجتماعية مختلفة، على سبيل المثال حينما يدخل مراهق الجامعة، يجد نفسه في ظرف اجتماعي جديد، وعندئذ قد تكون استنتاجاته عن الآخرين غير صالحة لحياته الجديدة، لذلك يقوم بعمل تنبؤات خاطئة، وتصبح توقعاته مهزوزة وعادة ما يبدأ في سؤال نفسه هذا السؤال من أنا في حقيقة الأمر ؟

ماذا يفعل المراهق.؟ يبدأ في أخذ الأدوار في مرحلة مبكرة، أي يبدأ في تقليد سلوك الآخرين بدون أن يكون لهذا التقليد معنى، وتدريجياً يأخذ أدوار الآخرين من الطلبة أو المدرسين ... الخ، ويضع نفسه في موقف الآخرين وينظر إلى نفسه من خلال أعينهم، وهو إذ يفعل ذلك يطور مفهوماً جديداً عن الآخرين، ومجموعة جديدة من التوقعات عن سلوكه الذاتي، وهكذا يعيد تعريف نفسه، ويبدأ في التصرف وفقاً لهذا التعريف الجديد .

هذه العملية مطلوبة منا، أكثر من مرة، في مواقف كثيرة من حياتنا فحينما ندخل في مجتمع جديد أو ننضم إلى جماعة جديدة أو نسافر إلى حضارة مختلفة، تضعف قدرتنا على التنبؤ، حينئذ يصبح من الصعب أن نصنع استنتاجات أساسها معرفتنا الذاتية، وإذا كأن علينا أن نعمل بفاعلية على تغيير الوضع الاجتماعي، نحن في حاجة إلى أن نأخذ أدوار الآخرين، ونعيد تعريف أنفسنا، عندما يتم ذلك يصبح هذا إلى حد ما علامة على أن الإنسان قد تكيف .

دور وسائل الإعلام في تنمية المقدرة على التقمص الوجداني

(نظرية دانييل لرنر):

يعتبر عالم الاجتماع الأمريكي دانييل لرنر أن المقدرة على التقمص الوجداني من الخصائص الأساسية اللازمة لانتقال المجتمع من الشكل التقليدي إلى الشكل الحديث، ويفترض أن هذه الخاصية كانت تكتسب في الماضي بتحرك الأفراد مادياً وانتقالهم من مكان إلى آخر، واختلاطهم بالآخرين، في القرن العشرين أصبحت هذه الخاصية تكتسب أساساً عن طريق وسائل الإعلام التي قامت بنقل العالم الخارجي إلى الأفراد الذين لم تتح لهم الفرصة لكي يسافروا أو يتركوا مجتمعاتهم المحلية .

وقد ربط لرنر المقدرة على التقمص الوجداني بتسلسل تاريخي حدث في المجتمعات الغربية، فأشار في استعراضه لانهيار أو زوال المجتمع التقليدي في الشرق الأوسط بناء على المادة التي جمعها له مركز الأبحاث التطبيقية في جامعة كولومبيا الأمريكية عن ست دول في الشرق الأوسط، وبناء على المادة التعليمية التي حصل عليها عن 54 دولة "على أن هناك مراحل محددة يمر بها المجتمع ليصل إلى المرحلة الحديثة، المدينة تتسع لتشمل القرى المجاورة، نسبة أكبر من الأفراد تتعلم القراءة، وتتعلم كيف تكون آراء، نسبة أكبر تشتري الصحف وتستمع إلى الراديو، ونسبة أكبر تكتسب القدرة على التقمص الوجداني أي تصور نفسها في مواقف وظروف الآخرين، ثم يتسع نطاق المساهمة السياسية والاقتصادية .

ونظرية لرنر مستخلصة من التاريخ، فقد وجد من استعراضه لتطور الديمقراطيات الغربية أن عملية التحضر أظهرت بعض التسلسل والخصائص التي يمكن أن نعتبرها عالمية، أي تحدث في جميع المجتمعات، ففي كل مكان حدث فيه الانتقال إلى المدن زادت نسبة المتعلمين، وزيادة نسبة المتعلمين رفعت نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام، وزيادة التعرض لوسائل الإعلام سارت موازية لاتساع المساهمة الاقتصادية، أي الدخل القومي، والمساهمة السياسية أي الانتخاب، هذا التسلسل الذي حدث في الديمقراطيات الغربية هو حقيقة تاريخية، وقد صحب تلك التطورات التي تظهر في التطور التاريخي خاصية سيكولوجية هي مقدرة الأفراد على تصور أنفسهم في ظروف الآخرين، فقد تميز الغرب في مراحل تطوره الأولى بأنه كان يتسم بأوضاع غير ثابتة، فقد حدثت فيه هجرات مستمرة للوصول إلى أرض جديدة، يستطيع الناس أن يحققوا فيها ربحاً وأصبح الأفراد الذين تركوا أوطانهم يتميزون بشخصيات متحركة، وبقدرة عالية على استيعاب الجوانب الجديدة في الظروف المحيطة

فقد تحركوا وهم مهيئون ومجهزون لاستيعاب مطالب جديدة عليهم يفرضها محيطهم الخارجي الجديد، أشياء قد لا يكونون قد جربوها من قبل هذا الاستعداد جعلهم قادرين على التقمص الوجداني .

المجتمع التقليدي مجتمع لا يساهم أفراده في أوجه النشاط السياسي والقرابة هي أساس التعامل فيه، وجماعاته الصغيرة منعزلة بعضها عن بعض وعن المركز العاصمة، حاجات المجتمع التقليدي قليلة، فليس هناك تبادل تجاري بين أجزائه المختلفة، وبدون الروابط التي تنشأ نتيجة لاعتماد أجزاء المجتمع بعضها عن البعض يضيق أفق الأفراد، وتقل قدراتهم على التحليل، لأن اختلاطهم بالآخرين بسيط، إن لم يكن معدوماً، لذلك فإدراك أفراد ذلك المجتمع للحوادث يقتصر على ما عرفوه من خبراتهم القليلة السابقة المحصورة في نطاق مجتمعهم الصغير، وهم غير قادرين على فهم ما لم يجربوه بشكل مباشر، كما أن معاملاتهم مقصورة على الأفراد الذين يتصلون بهم مباشرة في علاقاتهم الشخصية، لذلك لا تظهر الحاجة إلى المناقشة بين الأفراد والجماعات في الأمور العامة، التي تتصل بالدولة والنظريات السياسية، أي أن الفرد لا يحتاج للنقاش وتبادل الآراء لكي يتفق مع الآخرين الذين لا يعرفهم، كما أن المجتمع لا يحتاج إليه للوصول إلى الإجماع في الرأي حول الشؤون العامة، لأن تجربة الفرد محدودة بحدود النطاق المحلي جداً، ولا يستطيع ذهنه أن يتصور أنه ينتمي إلى دولة كبيرة وقد سأل لرنر في دراسته عينة مكونة من 1357 فرداً من الشرق الأوسط تسعة أسئلة فيها إسقاط مثل :

إذا كنت رئيساً للحكومة أو محرراً في جريدة أو مديراً لمحطة إذاعة، فما هي الأشياء التي كنت تفعلها ؟ وقد وجد لرنر أن الأفراد التقليديين يصابون بصدمة من هذا النوع من الأسئلة، ويتعجبون كيف توجه إليهم، أما الذين

تميزون بمقدرة على التقمص الوجداني، فكانوا يتمتعون بشخصيات متحركة وقد جعلهم ذلك أكثر قدرة على التعبير بآراء عن موضوعات في مجالات كثيرة لا شك أن وسائل الإعلام هي التي زادت من مقدرة الأفراد على التحرك النفسان أو تخيل أنفسهم في مواقف لم يجربوها، وفي أماكن غير الأماكن التي اعتادواورؤيتها، كما عودت أذهانهم على تصور تجارب أوسع من تجاربهم المباشرة المحدودة، وعلى تخيل مناطق لم يشاهدوها .

هذه الخاصية هي التي تميز الإنسان الذي يتغير في المجتمع المتطور، فهو عادة يتميز بشخصية متحركة لها مقدرة على التقمص الوجداني .
وحينما يظهر عدد كبير من الأفراد لهم القدرة على التقمص الوجداني في مجتمع من المجتمعات، نعرف أن هذا المجتمع في سبيله إلى التطور السريع.

فليرنر يرى أن التقمص الوجداني هو الخاصية التي تمكن العناصر الجديدة المتحركة Mobile من العمل بكفاءة في العالم المتغير، ويرى أنها مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يتخلص من الإطار التقليدي، فالقدرة على التقمص الوجداني هي أسلوب الحياة السائد الذي يميز الأفراد في المجتمع الحديث المجتمع الذي يتميز بصناعة متطورة، المجتمع الذي تعيش نسبة كبيرة من سكانه في المدن، المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة التعليم، وتزداد نسبة الذين يساهمون من أفراده في الحياة السياسية .

وسائل الإعلام وسيلة لمضاعفة التحرك The Mobility Multiplier

بفضل وسائل الإعلام أصبح في إمكان الفرد أن ينتقل من مكان إلى آخر نفسانيا، أي أصبح في إمكانه أن يتخيل نفسه في ظروف غريبة وأماكن جديدة.
فبدلاً من أن ينتقل الأفراد مادياً من مكان إلى آخر، وهو أمر يتوفر لفئة قليلة فقط، ويكون من أسباب نموهم النفساني والذهني، تدخل وسائل الإعلام

جميع المناطق النائية منها والقريبة، في المجتمعات النامية، وتنقل الأفراد الذين لم يغادروا أبداً مكان مولدهم نفسانيا إلى العالم الخارجي، وتنشط خيالهم وتثير طموحهم، أي أن وسائل الإعلام تنمي القدرة على التقمص الوجداني، عند الأفراد لأنها تجعل التحرك النفساني يحل محل التحرك المادي الفعلي، ونظراً لأن التحضر حالة ذهنية واستعداد للتغيير والتكيف، نجد أن وسائل الإعلام بمساعدتها على تغيير تطلعات الأفراد وآفاقهم تقدم خدمة ضرورية لنمو المجتمع الحديث، وتطور المجتمع التقليدي، وقد أنتشر التقمص الوجداني في وقتنا الحالي على نطاق واسع بفضل انتشار وسائل الإعلام، بينما كانت الخبرة في الماضي تتوافر أساساً عن طريق الانتقال بوسائل المواصلات، من مكان إلى آخر أصبح الأساس اليوم هو الخبرة التي تنتشر عن طريق وسائل الإعلام، وربما كان هذا هو السبب الذي دفعنا للحديث عن التقمص الوجداني في الباب المخصص لوسائل الإعلام .

نظريات الإعلام و السلطة:

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف للنظم الإعلامية في دول العالم على نحو ما جاء في كتاب (نظريات الصحافة الأربع) لبيترسون وشرام .

علاقة نظريات الإعلام بفلسفة الإعلام :

هناك علاقة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام، ففلسفة الإعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ويرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم واشمل من النظريات، وكثيرا ما شاع استخدام نظريات الإعلام باعتبارها فلسفة

الإعلام أو مذاهب الإعلام، ولكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الإعلامية(مرسل، ومستقبل ووسيلة ...الخ).

وترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة، أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين وفيما يأتي تلخيص لأهم نظريات الإعلام :

1- نظرية السلطة :

ظهرت هذه النظرية في انجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون وميكافيللي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على إصدار المجلات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة .

وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوروبية معاصرة، في ظل هذه النظرية وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله :

"أنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء ."

ومن الأفكار المهمة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية .

2- نظرية الحرية :

ظهرت في بريطانيا عام 1688م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيحاً عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر .

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق اكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام، أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة، بواسطة المحاكمة .

وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام، كحق مشروع للجميع .

نقد النظرية :

لقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، حيث أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تُعرّض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة، دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف

الأشخاص الذين يملكونه على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية، وهنا يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة، لكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى، وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه .

3- ن ظرية المسؤولية الاجتماعية :

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات، كان لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة، وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية .

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة؛ أضف إلى ذلك

أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية .

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة؛ وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية، ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام .

4 - النظرية الاشتراكية :

أن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وأنجلز، ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين، في الاتحاد السوفيتي السابق، وما تزال تطبق في بعض البلدان مثل كوريا الشمالية والصين وكوبا وغيرها، يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فأنها لابد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة، وهم في الأساس أعضاء الحزب الشيوعي .

أن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها مجتمعات لا طبقية، وبالتالي لا وجود لصراع للطبقات، لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف، ويشكل خطورة على المجتمع

لقد حدد لينين اختصاصات الصحافة وأهدافها :

1 . زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي .

2 . يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين .

3 . تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة .

4 . يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ .

5 . إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية .

5- النظرية التنموية :

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي، وبخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، التي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية الأربع التي استعرضناها، ويناسب هذا النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات من القرن الماضي، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "واك برايل حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق، وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح .

إن المبادئ والأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي، لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية.

كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات؛ وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية، حسب الظروف السائدة، إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي .

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية :

- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة .
- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع .
- يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه .
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا .
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار .
- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية .

6- نظرية المشاركة الديمقراطية :

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الإعلام وأصعبها تحديداً، فقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت رداً على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة، التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية، وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية .

فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة، بديلاً عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه النخبوي لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة، واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع، كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر .

ويعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية عن معنى التحرر من نظام الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهلاً للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن

منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فأن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام .

وهكذا فأن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والأمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام، ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع؛ ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقدم فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها .

وتتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية :

1. إن للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددونها .
2. إن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية .
3. إن سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام .
4. إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية .

5. إن وسائل الإعلام صغيرة الحجم والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد .

6. إن الاتصال أهم من أن يترك للإعلاميين أو الصحفيين .

نظريات الإعلام في الدول النامية

إذا كانت نظريات الإعلام الغربية قد ركزت على الحقوق والحريات والتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام، فأن النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالث أو الدول النامية، قد ركزت على طبيعة الدور الذي ينبغي أن تسهم به وسائل الإعلام في تحقيق التنمية الشاملة والمستقلة، وتبرز في هذا الإطار نظريتان أساسيتان :

اولاً-النظرية التنموية :

صحافة التنمية كما يعرفها "ليونارد سوسمان هي تركيز الصحفيين الموضوعيين على أخبار أحدث التطورات في مجالات التنمية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية وتحقيق الوحدة الوطنية .

وتتطلب صحافة التنمية من الصحفي كما يقول "ناريندر أجاروالا أن يتفحص بعين ناقدة ويقيّم ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية ويتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين آثارها على الناس في تصريحات المسئولين وبين آثارها الفعلية، ونلاحظ هنا التناقض بين الاستخدام الحكومي للصحافة في خدمة التنمية، وبين الدور الرقابي للصحافة في ظل السيطرة الحكومية بتراجع النقد وتتحول أخبار التنمية إلى دعاية سياسية للحكومة وقيادتها .

ووفق هذه النظرية تتلخص مهام وسائل الإعلام في عملية التنمية في النقاط التالية :

- تشكيل اتجاهات الشعب وتنمية هويته الوطنية .
- مساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة قد قامت بالفعل على أداء التزاماتها على الوجه الأكمل .
- انتهاج سياسات تقررها الحكومة بهدف المساعدة في تحقيق التنمية الوطنية .
- تشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسات الحكومية مما يضفي الشرعية على السلطة السياسية ويدعم مركزها .
- الإسهام في تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي من خلال تجنب الصراعات السياسية والاجتماعية وإحباط أصوات التشرذم والتفرقة والتخفيف من التناقضات في القيم والاتجاهات بين الجماعات المتباينة .
- المساعدة في الاستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية .
- إبراز الإيجابيات وتجاهل السلبيات وتقليل حجم النقد إلى حجمه الأدنى .

وتأسيساً على ذلك تبرز قضية سوء استخدام صحافة التنمية خاصة في إطار الاحتكار الحكومي للصحف، حيث تتحول طاقات الصحف لخدمة هدف تدعيم مركز السلطة السياسية وتصبح أهداف التنمية الوطنية ذات أهمية ضئيلة، وتتحول حرية الصحافة كما يشير "جراهام مايتّون لتبدو نوعاً من الترف الفكري في نظر المتحمسين لمفهوم صحافة التنمية، ويوضح فاروق أبو زيد أنه في الدول العربية التي ادعت ضرورة توجيه الصحافة لخدمة التنمية والقضايا القومية انتهى الأمر بتوظيف الصحف لتدعيم النظام السياسي الحاكم والترويج لأفكاره والدفاع عن سياساته .

وهكذا فلم تلب هذه النظرية واقع الأنظمة الاتصالية في دول العالم الثالث، الأمر الذي يؤكد الضرورة إلى صياغة نظريات جديدة من إنتاج مفكري العالم الثالث، بحيث تخاطب الواقع بمفهومه وتعقيداته المتشابكة .

ثانياً نظرية التبعية الإعلامية :

ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا اللاتينية، في حقبة ما بعد الاستقلال كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية، وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية ومواد وبرامج إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول، وزيادة اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة .

ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلر وماتللارات وبويد باريّت أن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات عديدة مثل خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي، وفي هذا الإطار جاءت جهود منظمة اليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميز بالشمول والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربية في الإعلام والاتصال، مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق الاتصالية لشعوب الجنوب، ولقد حرصت لجنة "ماكبرايد على طرح تصور شامل يتضمن رؤية ومطالب دول الجنوب في مجال الاتصال والإعلام حيث أبرز تقريرها ضرورة المبادرة إلى تطوير المفهوم التقليدي السائد عن سياسات الاتصال والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة والأخذ بالنظام المفتوح في الاتصال الذي يتيح إشراك الجماهير في العملية الاتصالية، وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة، واعتمادها

على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات، إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي .

نخلص مما سبق إلى أن نظرية التبعية الإعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي .. إلا أنه يؤخذ عليها مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية وتأثيرها في الأنظمة والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث، الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية فبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية إلا أن صياغة السياسات الإعلامية مسؤولية وطنية في المقام الأول ويفترض فيها أن تعكس الإرادة الشعبية تصون الذاتية الثقافية .

وأياً كان الأمر فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينيات، ابتداءً بانهيار الشيوعية وسقوط القطبية الثنائية ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاءً بالثورة التكنولوجيا في عالم الاتصال والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات .

ويمكننا أن نحدد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو التالي :

- نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة في إطار مفهومي التنمية والوحدة الوطنية والرقابة تكون صارمة على المضمون .
- نظام إعلامي موجه من الدولة تكون الوظيفة الأساسية للصحافة تعبئة الجماهير من أجل التنمية وتدعيم الوحدة الوطنية فتحل المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية .

- نظام إعلامي مستقل تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر للحكومة وتستطيع الصحافة في ظله أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط الحكومية .

ولعل هذا التصنيف أكثر مرونة في تصنيف الأنظمة الإعلامية في العالم الثالث، فمن الصعب إخضاعها لتصنيفات جامدة نظراً لما تتضمنه من تناقضات وتعقيدات .

الفصل الثانى

الأصول النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام

مدخل الاستخدامات والاشباعات

- الاستخدامات : وتعني استخدام الجمهور للوسيلة الاعلامية
- الاشباعات وتعني اشباع احتياجات الجمهور المتلقي من مضمون الوسيلة الاعلامية

النشأة

نشأت نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات على يد (الياهو كاتز) العام 1959 ، حيث تحول الانتباه من الرسالة الاعلامية الى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة ، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية ، حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الاعلام تتم (وفقاً للتعود على الوسيلة الاعلامية وليس لأسباب منطقية)[1] كن نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات له رؤية مختلفة تكمن في ادراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام وتحكم عملية استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الاعلامية عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها الخلفيات الثقافية ، الذوق الشخصي للفرد ، أسلوب الحياة ، السن الجنس ، مقدار الدخل مستوى التعليم ، المستوى الاقتصادي

اذ (أن لكل هذه المتغيرات أو لبعضها تأثير على اختيارات الفرد للمضامين الاعلامية التي يريد متابعتها)[2] وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الاعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور الى ما يفعله الجمهور بالرسالة ومن هنا يختلف هذا (المدخل) عما سبقه حيث انه يركز على خصائص الجمهور ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور (الايجابي) الذي

---

[1] نهى عاطف العبر / أطفالنا والقنوات الفضائية / الاكاديمية الدولية لعلوم الاعلام / دراسة ميدانية / القاهرة / 2005 ص 18

[2] Werner , Sevrin . James , W . Communication Theoties : Origins , methods and uses in the media / New york / HastingsHouse Oublishens / 1992 p . 250

(يستخدم) رسالة اعلامية معينة لـ (اشباع حاجة أو حاجات معينة) أو لتحقيق منفعة ما بعيداً عن مقولة (التعود) ، وبهذا أصبح على القائمين بمهمة الاعلام جهداً مضاعفاً وهو التعرف على اتجاهات وأذواق المتلقين بالاضافة الى (صنع الرسالة الاعلامية التي تتناسب مع توجهات ورغبات واحتياجات جمهور المتلقين ورغبات وامكانات الاعلامي)[1].

واستناداً الى فروض مدخل (الاستخدامات والاشباعات) فأن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الاعلامية التي يرى انها تشبع احتياجه ومن ثم يتم اختيار الوسائل أو الرسائل الاعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات ويمكن الاستدلال على المستوى والمعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما (من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال مضمون الرسالة الاعلامية التي تؤديها هذه الوسائل)[2].

وقد تجاوز مدخل الاستخدامات والاشباعات المفهوم الذي كان سائداً بأن الجمهور هو مجرد متلقي سلبي، فبظهور هذا المدخل ظهر أيضاً مفهوم (الجمهور النشط) الذي يبحث عن المضمون الاعلامي الذي يلبي (اشباعاته) ويناسبه من حيث الثقافة والدخل والجنس والتوجه (وبات هذا الجمهور يتحكم باختيار الوسيلة الاعلامية التي تقدم المضمون الذي ينشده) [3]، الأمر الذي تجدر الاشارة اليه هنا هو أن المضمون الاعلامي الواحد يحقق اشباعات متفاوتة لدى

(1) ملفين . ب . ديفلير / نظريات وسائل الاعلام / ترجمة كمال عبد الرؤوف / الدار العربية للنشر والتوزيع / القاهرة ص 235

(2) فرج الكامل / بحوث الاعلام والرأي العام ، تصميمها واجراؤها وتحليلها / دار النشر للجامعات / القاهرة 2001 ص 88

(3)Watson , James : Media Communication / Hong Kong / Macmillan Press . 1998 / P . 62

فئات من الجمهور ، فمثلاً برنامج يحوي مشاهد عنف (قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الآخر)[1].

والعكس صحيح أيضاً وذلك استناداً الى الدوافع التي حدت بالمتلقي الى التعرض لهذا البرنامج أو ذاك وهذا يتوقف بالطبع على (الاشباعات) التي يحققها هذا (التعرض) بالنسبة للمتلقي.

وعليه فأن نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات اختلف عن سابقاته من النظريات والمداخل من كونه تناول بتركيز مكثف (خصائص الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الاعلامية من حيث الخصائص والدوافع بعيداً عن مقولة التعود والقبول بما يقدم له)[2].

مراحل التطور

يمكن رصد ثلاث مراحل لتطورمدخل (الاستخدامات والاشباعات) وهي

- **مرحلة الطفولة** ويتم فيها اختيار المتلقين أشكالاً مختلفة مما يقدم من محتوى في الوسيلة الاعلامية وقد امتدت هذه المرحلة من خلال عقدي الاربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي
- **مرحلة المراهقة** ويتم فيها التركيز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي الى اختيار انماط مختلفة من الوسائل الاتصالية اعتماداً على ما تتيحه من استخدامات وما تحققه من اشباعات (أي أن جمهور المتلقين يتجه الى اختيار وسيلة اتصالية معينة ومحدودة لاشباع حاجات معينة ومحددة لديه أيضاً)[3] وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن الماضي

---

(1) أماني فهمي / دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية / المجلة المصرية لبحوث الاعلام / العدد الثاني / القاهرة / 1997 ص 121– 123

(2) Mcquail , Denis , Mass communication Theory : anintroduction / London : Sage Publications / 2000 / P . 368

(3) هبة شاهين / استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية / دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه غير منشورة / القاهرة – كلية الاعلام جامعة القاهرة / 2000 ص 239

- **مرحلة تكون الشخصية (البلوغ)** ويتم التركيز فيها على الاشباعات المتحققة من مشاهدة وسائل الاتصال وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي وحتى وقتنا الحاضر

الأهداف والفروض

حقق مدخل (الاستخدامات والاشباعات) عدة أهداف منها

- ايجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الاعلامية على اختلافها بهدف اشباع حاجات معينة لديهم
- فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة
- الوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال
- الفروض التي يحققها مدخل (الاستخدامات والاشباعات) فهي
- يستخدم الجمهور المتلقي المعروض الاعلامي بما يحقق اشباعاً لاحتياجاته
- تمكين (الجمهور النشيط) من تحديد دوافعه واحتياجاته (وبالتالي تمكينه أيضاً من اختيار الوسيلة الاعلامية التي تحقق له ذلك) [1].
- يمكن أن تعطي استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين
- يعبر استخدام الجمهور (النشيط) لوسيلة اعلامية معينة عن ادراكه لامكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته
- تتنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد من حيث الحس والادراك والمستوى الثقافي والاجتماعي والسياسي (وبالتالي تتنوع وسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور لاشباع الحاجات)
- يتجه الجمهور (النشيط) الى تكملة بنية احتياجاته من خلال وسائل وقنوات اتصالية أخرى مثل الأندية والسينما والملتقيات الثقافية عند احساسه بقصور

[1] محمد عبد الحميد / البحث العلمي في الدراسات الاعلامية / القاهرة / 2000 ص 15

وسائل الاتصال المتاحة عن تلبية احتياجاته، وهذا ما يوجد حالة تنافسية بين الجانبين (وسائل الاتصال والقنوات الأخرى)

أهم نماذج المدخل

نموذج كاتز وزملاؤه[1]

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية احتياجاتهم ، والصراع الاجتماعي يشكل ضغطاً على المتلقي يدفعه الى البحث عن وسيلة الاعلام التي تلبي احتياجاته

نموذج ويندال[2]

يتناول ويندال في نموذجه العلاقة بين كل من (الاستخدامات) و (الاشباعات) والعلاقة الرابطة بينهما ، ويرى في نموذجه هذا أن { المتلقي يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه (مضمون) الوسيلة الاعلامية المستهدفة بعد اجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الأخرى

نموذج روز نجرين[3].

يتناول النموذج مجموعة العوامل التي يتشكل منها مدخل (الاستخدامات والاشباعات) وهي الحاجات الاجتماعية والبايلوجية والنفسية الموجودة لدى الانسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الاطار المجتمعي وخصائص الفرد ، وهنا يلجأ الفرد الى الوسيلة الاعلامية التي يرى في مضمونها حلاً لمشكلاته واشباعاً لحاجاته

---

(1) محمد عبد الحميد/ نظريات الأعلام واتجاهات التأثير / مصدر سابق.

(2) Windhal . G . Uses and Gratification at the crossoad Mass Communication Revie , USA : sage publishcation , 1981 : P 203

(3) حسن عماد مكاوي – سامي الشريف / نظريات الاعلام / مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح / 2000ص189و ص209

عناصر المدخل

يتكون مدخل الاستخدامات والاشباعات من العناصر التالية

١- مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط.)

قديماً اعتبرت بعض النظريات الاعلامية مثل نظرية (الرصاصة) التي جاء بها (ولبر شرام) أو نظرية (الحقنة تحت الجلد) الجمهور المتلقي (متلقياً) سلبياً يقبل مائة بالمائة الرسائل التي تبثها الوسائل الاعلامية ، لكن مع ظهور مدخل (الاستخدامات والاشباعات) ظهر مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط) الذي يبحث عن المضمون الاعلامي المناسب له الملبي لحاجاته ، حيث بات هذا الجمهور يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المضمون أو المحتوى ويعرف ذلك ب (الانتقاء النسبي) أو ب (توقع المكافأة) وهو(الموازنة بين قدر الاشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا الاشباع)[1]

ويتحدد مفهوم الجمهور النشيط بما يلي

- الانتقائية في الاختيار حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين فيها (ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتين : الادراك والتذكر)[2].
- **الانتفاع** حيث أن جمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة
- **الاختيار المتعمد:** يتعمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة اعلامية معينة لاشباع حاجة ما ، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الاعلامية

(1) Mcquial , Denis USA – Mcgrawhill , 2002 . P . 149

(2) صفا فوزي / علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية – دراسة ميدانية على عينة من أطفال الريف والحضر بين (12– 18) سنة / رسالة ماجستير / القاهرة / 2003 ص 167 – 195

- **الاستغراق :** ويحدث على المستوى الادراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الاعلامية وخاصة التلفزيون (يعتمد على مدى توحد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية) [1].
- **محدودية التأثير :** هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه (فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء أو أحد)[2]. وطورت (لين – 1990) [3]

مفهوم نشاط الجمهور الى ثلاث مراحل هي

- **المرحلة الأولى** تتم قبل التعرض ، وتتمثل في التخطيط المسبق قبل التعرض للوسيلة الاتصالية
- **المرحلة الثانية:** تتم أثناء التعرض وتتمثل في الاستغراق في المضمون الذي يتم التعرض اليه
- **المرحلة الثالثة:** تتم بعد التعرض وتتمثل في الاستفادة من المضمون الذي تم التعرض اليه من خلال استخدامه في الاتصال الشخصي

2- الاصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال

يعود الفضل في اكتشاف العلاقة بين الاصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال الى الباحثة (ماتيلدا رايلي) حيث تناولت رايلي هذه الأصول من حيث :

[1] عادل عبد الغفار / استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي / رسالة ماجستير / القاهرة / 1995 ص 11 – 14

[2] هبة أمين شاهين / استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الاخبارية المصرية / دراسة ميدانية – رسالة ماجستير / القاهرة 1996 ص 12

[3] مرهان الحلواني / اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التي تبثها القنوات الفضائية / المؤتمر العلمي السنوي الثالث لكلية الاعلام / الاعلام بين المحلية والعالمية / القاهرة 1997ص 119

- أ الاصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال

- لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي وانما (باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة)

وعليه فأن العوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل ، النوع، السن، المهنة، المستوى العلمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وبذلك (تبين فشل مفهوم الجمهور السلبي بعد ظهور مدخل الاستخدامات والاشباعات)

-ب الاصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال

تؤدي العوامل النفسية في بعض الأحيان الى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة الى اشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الاعلام حيث يقوم مدخل الاستخدامات والاشباعات على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين اعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية بينهم ، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم (وتحقق مشاهدة التلفزيون مثلاً العلاج لمثل هذه المشكلات).

أنواع الحاجات المشبعة

- تعرف الحاجة بأنها افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والاشباع و (تقسم الحاجات الى قسمين) أساسية مثل الحاجات الفيزيولوجية والنفسية
- ثانوية مثل الحاجات المعرفية

4- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال

تخلق حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية توقعات لاشباع حاجاته من

خلال التعرض الى وسائل الاتصال و (تعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الاتصال) [1] وهو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم (الجمهور النشيط) حيث انه اذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية أخرى طبقاً لاحتياجاتهم فلابد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدائل تكون أكثر اشباعاً لاحتياجاتهم ، حيث أن السلوك الاتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال(أن يكون لهذا السلوك اسهامه في اشباع احتياجاتهم المختلفة).

وبهذا تحسب عمليتي التوقع والتقييم في استخدام الوسائل الاتصالية كمدخل هام للكشف عن طبيعة المضمون الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لاشباع حاجاته علماً أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال تتغير وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وتعدد الوسائل الاتصالية، وكلما (تعددت هذه الوسائل كلما تحسنت ظروف وحرية الاختيار بما يلبي اشباع حاجات الجمهور) [2]، حيث أن الجمهور المحدد بوسيلة اتصالية واحدة يكون أمامه مجال واسع للاختيار و لا تعبر مشاهدتهم للمضامين المقدمة من هذه الوسيلة عن ضرورة اشباعها لبعض الحاجات لديهم

5- اشباعات وسائل الاتصال

يتم وفق مدخل (الاستخدامات والاشباعات) أن يختار الجمهور من بين الوسائل الاعلامية المتاحة أمامه ومن مضامينها ما يمكن أن يشبع حاجاته ويلبي

---

[1] Conway . Toseph C . Rubin , Alan . Psychological Predictiors of Tv viewing motivation . In : commuication Research . vol . 18 , uo . 4 . 1991 . P 343

[2] السيد بهنسي حسن / مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام / المجلة المصرية لبحوث الرأي العام – العدد 13 / القاهرة / 2001 ص 12

رغباته بغية (الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات) [1] وهناك امكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباعات المتحققة ، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق اشباعات مختلفة مثل التنفيس والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية

أما برامج الأخبار والمعلومات فتحقق اشباعاً معلوماتياً (يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات) [2] وتتأتى الاشباعات (المطلوبة والمتحققة) من الوسائل الاتصالية من خلال مصادر رئيسية ثلاثة تتمثل في محتوى أو مضمون الوسيلة الاعلامية من (خلال التعرض الى مضامين برامجية محددة) [3] أو تتمثل في التعرض لوسيلة اعلامية معينة ومن شأن ذلك أن يشبع احتياجات معينة للفرد المشاهد مثل الترفيه والتنفيس والاسترخاء والهروب من مشكلة ما أو تتمثل أيضاً في الاطار المجتمعي عند المشاهدة كأن يكون التعرض للوسيلة من خلال المشاركة مع آخرين كأفراد الأسرة أو الأصدقاء أو بشكل منفرد وهنا (تحل الوسيلة الاعلامية مكان هؤلاء الأفراد أو تكمل أدوارهم على أقل تقدير (4)).

- **السلبيات الموجهة والايجابيات المحققة للمدخل**

السلبيات الموجهة لمدخل (الاستخدامات والاشباعات) تتمثل في الانتقادات الموجهة اليه وأولها ادعاء (المدخل) أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له (المضمون) بحرية تامة وبناء على الاحتياج فقط هو (أمر ربما يكون

---

[1] أشرف جلال حسن / صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية / دراسة تحليلية ميدانية مقارنة / الدار المصرية اللبنانية – القاهرة 2005 ص 492

[2] عادل فهمي البيومي / دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة / دراسة تحليلية ميدانية / رسالة دكتوراه – القاهرة كلية الاعلام – جامعة القاهرة 1993 ص 8

[3] حسين أبو شنب / استخدام الطفل الفلسطيني للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة / المؤتمر العلمي السنوي [نحو رعاية أفضل لطفل الريف] معهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس 1992 ص 432

[4] محمود المشمشي / دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية في دولة الامارات العربية المتحدة – رسالة دكتوراه [المنيا – كلية الآداب – جامعة المنيا] 2002 ص 32

مبالغ فيه) [1] حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه ، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الاعلامية المتقدمة ، كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الاعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي أو النشيط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة واشباع حاجات بعينها كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار (فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز ، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي) [2] يحدده وجود وسيلة اتصالية واحدة ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض ، كما أن هناك جدلاً وتساؤلاً حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية التي يتم فيها القياس وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة

كما أن المدخل لم يفرق بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحققت عند المشاهدة ، علماً أن (هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الاعلامية التي يتعرض لها) [3] ولم يشرح (المدخل) درجة الايجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم (الجمهور النشط) بوضوح ، حيث انه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق اليه بدقة.

---

[1] بسيوني حماده / دور وسائل الاتصال في المشاركة السياسية – دراسة ميدانية / مركز البحوث والدراسات السياسية / كلية الاتصال والعلوم السياسية / القاهرة 1995 ص 8

[2] Research on Audience Motives in: Tournal of Broadcasting and Electronic Media / 1998 . P . 472

[3] عبد العزيز عبد الرحمن وآخرون / أثر البرامج التلفزيونية على النشء والشباب / دراسة استطلاعية لآراء عينة من المشاهدين بالمجتمع القطري / قطر – مركز البحوث التربوية / 1994 ص 13

- **أما الايجابيات المتحققة للمدخل فهي تتمثل في**

- أن المدخل يمثل مرحلة بحثية متطورة (لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في اطار اجتماعي) [1] وهو يهم أيضاً في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور ، حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الاعلامية تختلف وفقاً لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة
- أن استخدام مدخل الاستخدامات والاشباعات له أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية ، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز هذه المشاهدة على (ايجابية الانتقاء للمضامين الاعلامية المختلفة) [2]كما أن التناقض بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة الاتصالية يمكن أن يؤدي الى تغيير في اختيارات الجمهور للوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر اشباعاً لاحتياجاته
- أن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة ايجابية للمدخل وليس نقطة سلبية عليه ، حيث أن المجتمعات تختلف نظراً لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروف أفراده النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية ولهذا فأنه يمكن (تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة)[3] .

أن مدخل الاستخدامات والاشباعات يهتم بتفسير الاستهلاك الاعلامي انطلاقاً من احتياجات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل

[1] ليلى حسين / استخدامات الاسرة المصرية لوسائل الاتصال ومدى الاشباع الذي تحققه / رسالة دكتوراه / القاهرة - كلية الاعلام جامعة القاهرة / 1993 ص 40 .

[2] هاني عبد المحسن جعفر / استخدام الطفل في الاعلانات التلفزيونية / دراسة تحليلية وتطبيقية على الاعلانات التي يعرضها التلفزيون المصري / رسالة ماجستير - القاهرة كلية الاعلام 1991 ص 12 .

[3] هويدا محمد لطفي أحمد / تأثير الاعلانات والمسلسلات العربية على الطفل ا المصري / رسالة دكتوراه - القاهرة/ كلية الاعلام 1991 ص 10 .

الاعلام الى اشباعها ، كما يضع هذا المدخل(المتلقي أمام مسؤوليته بالنسبة للمضامين الاعلامية التي يختارها) حيث يفترض (المدخل) أن الاختلافات الموجودة بين جمهور المتلقين من حيث السن والجنس والمستوى العلمي والاجتماعي والاقتصادي تجعلهم يختارون مضامين اتصالية مختلفة لتحقق لهم اشباعات مختلفة ، وهذا ينبع من فكرة (الجمهور النشيط) الذي يستهدف الوسائل الاتصالية .

نظرية الغرس

تأتي نظرية الغرس على أساس الاعتراف بقوة وسائل الاعلام وأثرها الاجتماعي على المتلقين انطلاقاً من فرضية (التراكم) لقياس الآثار طويلة المدى التي تتركها وسائل الاعلام خاصة التلفزيون على المتلقين عند تعرضهم لمضمون معين ولمدد تعرض طويلة .

وتلتقي هذه النظرية مع مدخل (الاستخدامات والاشباعات) من حيث التأثير على المتلقي من خلال المضمون المرئي (الذي يلبي حاجة ما عند المتلقي أولاً ومن ثم التأثر بهذا المضمون ثانياً) [1] ، إذ أن كلاً من مدخل (الاستخدامات والاشباعات) ونظرية (الغرس يقومان على أساس التأثير على (المتلقي واحداث قناعات جديدة لديه من خلال (غرس) تصورات وقيم جديدة وفق ما يوحي به (المضمون) الملبي لحاجات الفرد المتلقي السياسية والاجتماعية والدينية والثقافية ، ويمكن تعريف (الغرس) على انه (زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية من خلال التعرض لوسائل الاعلام) [2] .

---

[1] هاني عبد المحسن جعفر / / استخدام الطفل في الاعلانات التلفزيونية / دراسة تحليلية وتطبيقية على الاعلانات التي يعرضها التلفزيون المصري / رسالة ماجستير – القاهرة كلية الاعلام 1991 ص 12 .

[2] مها ثاقب / دراسة استطلاعية حول أفلام السينما الروائية الموجهة للأطفال في مصر / رسالة ماجستير / معهد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس / 1999 ص 76 .

وقد أصبح مصطلح (الغرس) يرتبط منذ الستينيات بالنظرية التي تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الاعلام وبخاصة التلفزيون الذي يقدم عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور المتكررة الى الحد الذي يعتبر معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصوّر بها من خلال التلفزيون ،كما أن (هناك ارتباطاً قوياً بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحيث تتشابه ادراكات كثيفة للمشاهدة) [1]، وفي هذه الحالة يظهر المشاهدون ادراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع الاجتماعي ، وتؤكد نظرية (الغرس) ميل العينة (كثيفة) المشاهدة الى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال التلفزيون عن العالم الواقعي أكثر من العينة (منخفضة) المشاهدة

أهم المفاهيم التي أضيفت الى نظرية (الغرس)

هناك مفهومان هما

- الاتجاه السائد
- التضخم (الرنين)

أ- الاتجاه السائد

ويتمثل في حرص التلفزيون على تقديم (مضمون) متجانس لجذب عدد كبير من المشاهدين بعد أن يتم توفير عدد كبير من الموضوعات التي تحظى باهتمام المشاهدين ، وهذا يبدو جلياً (في البرامج التلفزيونية التي وضعت بشكل يناسب الجميع لاغية في الوقت نفسه العديد من الحدود العمرية والطبقية

[1] ماهينا ز رمزي / دور الأساليب الفنية لبرامج الأطفال التلفزيونية في تنمية قدرة الطفل على فهم وتذكر المضمون / رسالة دكتوراه – القاهرة/ كلية الاعلام/ جامعة القاهرة/ 2000 ص 81

والدينية والثقافية) [2]، ويسعى القائمون على التلفزيون أو راعي سياسته الى أن يحقق المضمون التلفزيوني المعروض صوراً ثلاثة هي :

- تلاشي وذوبان الاختلافات التقليدية بين الأفراد المعرضين للمشاهدة وهي
- الحدود العمرية والطبقية والدينية والثقافية
- اندماج المفاهيم التي يحملها المعرضون للمشاهدة في الاتجاه السائد للثقافة التلفزيونية
- تشكيل اتجاه سائد جديد يتماشى ويتناغم مع (الاتجاه السائد لثقافة التلفزيون أو المضمون الذي تقدمه هذه الوسيلة) .

ب التضخم (الرنين)

أن تطابق مايراه الأفراد في عالم التلفزيون مع الواقع المحيط يزيد من تأثيرات الغرس بحيث يصبح الأفراد كأنهم تعرضوا لجريمة مزدوجة ، وهو ما يطلق عليه التضخم أو الرنين وقد أشار العديد من الدراسات التي أجريت حول العنف التلفزيوني الى تضخم تأثير المواد التي يعرضها التلفزيون والتي تحتوي على عنف يتعرض له الأفراد الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية وهو (ما يؤدي الى ترسيخ مفهومهم عن الحياة لممارسة العنف) [1] .

النظام الصحفي العربي

تنفرد الصحافة العربية بموروث سلطوي فريد بحكم نشأتها في أحضان السلطة، وتطبيق ما أحدثه الاستعمار وخلفه من قيود وممارسات معادية لحرية الصحافة وقد انعكس هذا المورث السلطوي بشكل واضح على التشريعات

---

[2] هبة الله السمري / مشاركة الأطفال في البرامج التلفزيونية / دراسة تطبيقية في المجلة المصرية لبحوث الاعلام / العدد الثامن من سنة 2000 ص 205 .

[1] محمد محمد العبد الغفور . الطفل ، المدرسة ، التلفزيون / دراسة تحليلية لمحتوى برامج الاطفال في تلفزيون الكويت ودورها في دعم القيم المراد غرسها في طفل المدرسة . الكويت – كلية الآداب والعلوم الاجتماعية – جامعة الكويت 2000 ص 16 وص19.

والسياسات والممارسات لدرجة التطابق بين الأنظمة الصحفية والأنظمة السياسية، والتعامل مع ما ينشر في معظم الصحف العربية على أنه يمثل وجهات النظر الرسمية للحكومات العربية، وسنحاول تحديد أبرز ملامح الأنظمة الصحفية العربية من خلال بعض الدراسات التي تناولت قوانين المطبوعات والصحافة العربية والعلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتطور الصحافة العربية خلال مرحلتي الاستعمار والاستقلال، ففي دراسة فاروق أبو زيد للأنظمة الصحفية العربية التي اعتمدت تحليل مضمون 16 قانون للمطبوعات في بلدان عربية مختلفة ،خلصت الدراسة إلى أن النظام الصحفي السلطوي يشكل الاتجاه الغالب على الأنظمة الصحفية العربية إلا أنه لا يوجد نظام صحفي عربي نقي حيث تتداخل خصائص الأنظمة الليبرالية والسلطوية والاشتراكية نتيجة الخلط القائم في الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات العربية .

وفي محاولة لتطبيق نظريات الصحافة الغربية على واقع الصحافة العربية توصلت الدكتورة عواطف عبد الرحمن إلى أن هناك كثيراً من أوجه الشبه بين النظرية السلطوية وممارسات الصحافة العربية، وعلى الرغم من وجود بعض التشابه بين النظرية الاشتراكية وبين الأوضاع الإعلامية العربية إلا أنها ترى أنه من العسير أن لم يكن من المستحيل تعميم هذه النظرية .

أما النظرية الليبرالية فأنها لا تصلح للتطبيق على الصحافة العربية ولا تلائم الواقع السياسي والاقتصادي العربي الراهن حيث تسود الأمية والفقر والتخلف الاجتماعي مع شيوع الأنظمة الأوتوقراطية المتسلطة ويوضح حماد إبراهيم أن النظام الصحفي السلطوي هو النظام السائد في الوطن العربي، حيث يبرز احتكار السلطة السياسية للنشاط الإعلامي والصحفي ولا تتسع أغلب الصحف العربية إلا لوجهات النظر الرسمية والارتفاع بمكانة صانع القرار

المركزي والترويج لسياسات السلطة والتشكيك في الخصوم أو المعارضين السياسيين وتشويه صورتهم أمام الرأي العام .

وفي دراسة لدور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي انتهى بسيوني حماده إلى أن هناك فجوة حقيقية بين النظامين السياسي والاتصالي وأن هذه الفجوة لا تلغي التبعية، وأرجع هذه الفجوة إلى ميل النظام الاتصالي إلى الإثارة والمبالغة وعدم القدرة على التعبير عن الرأي العام، وغياب المعلومات الموثوق بها من جانب السلطة السياسية وعدم اهتمام صانعي القرارات بقراءة ما تنشره الصحف والنظر إلى الاستجابة لمطالب نظام الاتصال على أنه ضعف من السلطة السياسية.

نخلص من ذلك إلى أن أزمة حرية الإعلام والصحافة في الوطن العربي لا تنفصل عن أزمة الديمقراطية حيث تسود الأنظمة السلطوية التي تضع كل السلطات في يد رئيس الدولة سواء كان ملكاً أو رئيساً أو سلطاناً أو أميراً، وفي غياب التنظيمات السياسية الشعبية والديمقراطية وفي إطار عدم التوازن بين السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية تحولت معظم الصحف العربية إلى أجهزة حكومية مهمتها الدعاية لأنظمة الحكم وتعبئة الجماهير وحشدها لتأييد سياساتها وممارساتها.

ورغم ما شهدته بعض الدول العربية من تحول إلى نظام التعددية السياسية والصحفية إلا أن الأنظمة الصحفية في تلك الدول لم تتحرر حتى الآن من تراث النظرية السلطوية، حيث تهيمن الحكومة على الصحف المركزية الرسمية، وتمارس أشكالاً مختلفة من التنظيم والسيطرة مثل التحكم في تراخيص إصدار الصحف وتعيين رؤساء التحرير وتوجيه السياسات التحريرية والتحكم في تدفق المعلومات والإعلانات، علاوة على القيود القانونية التي تجيز

مراقبة الصحف ومصادرتها وتعطيلها وحبس الصحفيين إذا تجاوز حق النقد الحدود المرسومة له.

وإن كان من الطبيعي أن تسود أنظمة صحفية سلطوية في تلك الدول ذات أنظمة الحكم الوراثية والأوتوقراطية فأنه من غير المقبول أن تستمر المفاهيم الصحفية السلطوية في تلك الدول التي تأخذ بالتعدد الحزبي وتتبنى المفاهيم الإعلامية والصحفية الحدي

الفصل الثالث

بين الثقافة والصورة

ماهيّة التلفزيون اليوم

تمتلك وسائل الاعلام ، خاصة التلفزيون امكانات مهمة تستطيع من خلالها التأثير على الجمهور المتلقي ، فهي تستطيع تكوين قناعات جديدة وتفنيد أخرى قائمة واضفاء الشرعية على أمر ما من خلال الاقناع وحشد الطاقات باتجاهه ، كما أن هذه الوسائل تستطيع أن تخلق نوعاً معيناً من الجمهور يؤمن بما تطرحه حتى وإن كان يخالف قناعاته حيث أن الاتساق بين ما يطرح وتكراره يرسخان الفكرة المطروحة ويجعلانها مقبولة للتصديق والايمان بها من قبل الجمهور المستهدف

وتساهم وسائل الاتصال في التأثير المتدرج على الفرد المتلقي من حيث تكوين فكره السياسي والثقافي من خلال امداده بالمعلومات والمعارف وصولاً الى تشكيل آراءه ومعتقداته واتجاهاته ومن ثم سلوكه داخل المجتمع ويمتلك التلفزيون قدرة كبيرة على تشكيل آراء الجمهور وتكوين قناعات جديدة من خلال وسائل الاعلام المنافسة وهي الصحف والاذاعة ، لثنائية الصوت والصورة وامكاناته الكبيرة أيضاً في اضفاء هالة اثارة تجلب انتباه المتلقين

وقد أصبح التلفزيون في أحيان كثيرة عاملاً مساعداً في صنع الاحداث وفي أحيان كثيرة مشاركاً فيها والجمهور المتلقي قد لا يصغي الى أية وسيلة اعلامية أخرى اذا كان ما تقوله مخالفاً لما تقوله الصورة اذ أن الصورة يمكن أن تقول ما تعجز عنه الكلمات

والتلفزيون قد لا ينقل الحقيقة كاملة أو انه يقدم شيئاً مخالفاً للواقع وهو في كل ما يعرضه يوفر عنصر التشويق ويقرب من الاقناع من خلال الواقع الجديد الذي ينقله عن الحدث ويسوقه للجمهور ، اضافة الى أن الافراط في التغطية الاعلامية يجعل الحدث مهماً وحقيقة قائمة ، وما دام ما يقدم ويعرض

هو الحقيقة في نظر الجمهور المتلقي أو انه الأقرب اليها ، فانه ليس على المتلقين ، خاصة اذا كانوا اميين او أنصاف متعلمين إلاّ أن يصدقوا ما ينقله التلفزيون من صور بسيناريو محكم ومضمون معقول تستطيع أن تجمع آراء هؤلاء المتلقين حول المشكلة أو القضية ، وهنا يلقى المضمون التلفزيوني الأكثر جدية ووضوحاً وبعداً التجاوب الأكبر من قبل الجمهور خاصة وأن هذا الجمهور لا يتلقى معلومات منافسة قد تنقص من مصداقية ما يشاهده ، كما انه لا توجد لهذا الجمهور مصلحة شخصية في مقاومة أو رفض ما يعرض عليه اذا كان لا يستهدف تغيير المواقف والقناعات والآراء

وخلاصة القول أن التلفزيون استطاع أن يتجاوز الاشكال الذي كان يواجهه الأميين وانصاف المثقفين في الكلمة المقروءة وأختها المذاعة ، حيث استطاعت الصورة التلفزيونية أن تفسر ما تعجز عنه الكلمات ، فتجاوز التلفزيون بذلك عائق الأمية لدى الأفراد واصبح قاسماً مشتركاً لجميع فئات المجتمع على اختلاف مداركهم وثقافاتهم وانتماءاتهم ، ولكن النهج المسؤول في وسائل الاعلام عامة وفي التلفزيون خاصة قد يضع (عصابة) على عيني الجمهور المتلقي ويوهمه بوجهة نظر هي غير موجودة أصلاً ، حيث أن المضمون التلفزيوني قادر من خلال استخدامه لثنائية الصوت والصورة وبطريقة فعّالة عبر الخطاب المباشر على أن يخلق إحساساً لدى المشاهدين بانهم وجهاً لوجه مع من يتحدث إليهم ويملكون أيضاً اتصالاً بصرياً وهمياً معه ، وهنا تتجلى أيضاً قدرة التلفزيون على ايجاد الاثارة وتوليدها وذلك انطلاقاً من أهم وظائفه الاتصالية المهمة، وقد سار التلفزيون على هذا المنوال منذ بدايته وحتى الآن وبطبيعة انتقائية حيث يتم انتقاء ما سيتم تقديمه على الشاشة واتخاذ قرارات بخصوص كيفية تصويره وتنظيمه وترتيبه و (جرعات) الاثارة التي(تصب) فيه ، وهذا يوضح جزءاً من

مقدرة التلفزيون على أن (يصدم) المتلقين الذين قد يعرفون مسبقاً أشياء عن الظروف والاحداث التي تم تصويرها ، ولكن لم يطلعوا عليها بصرياً وتفصيلياً .

أن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة، فقد دخل كل بيت وأصبحنا مدمنين على مشاهدة البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية و التلفزيون اليوم وسيلة إعلامية له مميزات وخصائص كثيرة منها أنتشاره الواسع أضافة لما يقوم به من تقديم المتعة والترفيه وإمكانيته على التأثير على الجميع كون من يشاهده كافة فئات المجتمع من فقير وغني، من متعلم وأمي من كبير وصغير، وتزداد مشاهدة التلفزيون في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة وخاصة بين الشباب بسبب زيادة نسبة الأمية والظروف الأقتصادية الصعبة والبطالة ووقت الفراغ الكثير وعد م توفر وسائل اللهو الأخرى مما يدفع بهم إلى الجلوس طويلاً أمامه، وهو قد أصبح وسيلة مهمة للتوجيه وتزويد المواطنين بالخبرات والمهارات والقيم الإنسانية والروحية ولنقل الثقافة إلى المجتمع ككل، وهو وسيلة للإنتاج الثقافي، وأن كل ما يبثه له تأثير ثقافي معين سواء كان هذا التأثير سلبياً أم إيجابياً

فلم يعد التلفزيون وسيلة للترفيه واللهو وقضاء الوقت فقط، فاليوم التلفزيون وسيلة لا غنى عنها تستخدم لإيصال ما نريد إيصاله للجماهير ذات الثقافة المحدودة أو المنعدمة من قيم ثقافية وجمالية جديدة سواء من خلال الترفيه أو من خلال برامج جادة بأسلوب يسهل عليهم متابعته فالتلفزيون من أكثر أدوات التثقيف فعالية

لقد أرتبط مضمون التلفزيون بثقافة الصورة، حيث تعمل المواد المصورة على نقل وتكوين قيم ثقافية للمشاهدين

لقد عرف مصطفى حجازي ثقافة الصورة بأنها (الثقافة التي تتوسل لغة جديدة هما لغة الصورة، وأبجدية الحواس، مما يكاد يشكل قطعية فعلية مع الثقافة

المكتوبة وعقلانيتها، و ثقافة الصورة التي تقدمها محطات كبريات الشركات الإعلامية الخاصة تحولت الثقافة إلى مشروع ربحي أساساً) [1] .

بينما يعرف محمد الجابري ثقافة الصورة بأنها (ثقافة إشهارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الأستهلاكي-الإشهار التجاري-والرأي السياسي-الدعاية الإنتخابية-، وتشيد رؤية خاصة للإنسان، والمجتمع والتاريخ، إنها ثقافة الأختراق، التي تقدمها العولمة بديلاً من الصراع الأيديولوجي .إنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك، لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع)

أن ثقافة الصورة اليوم من خلال القنوات الفضائية والتي تبثها بمضامين وأشكال متنوعة ذات تأثير عميق في كافة الأتجاهات على الجمهور المتلقي، فهي تستفاد من التطور الهائل الذي حصل ويحصل بأستمرار بوسائل التقنية ولكن للأسف هذا التأثير ليس دائماً إيجابياً

أن عصرنا بلا شك جعل الإنسان متعباً من قسوة الحياة وشدة الصراع والركض لتأمين لقمة العيش، فنحن مرهقون عصبياً متوترون من نمط الحياة الجديدة، وهذا ما يجعلنا نلجأ إلى التلفزيون لساعاتٍ طويلة ونقلل من المطالعة التي كانت أساس ثقافتنا لقرونٍ عديدة

يعود الفضل في أختراع التلفزيون إلى العالم البريطاني جون بيرد، الذي أستطاع سنة 1924 نقل صورة غير واضحة لصليب صغير إلى شاشة صغيرة معلقة على حائط، عن طريق أجهزة أستحدثها، وفي سنة 1929، قدمت هيئة

[1] حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي، 1998م، ص12.

الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من أستوديو ها ت بيرد، وفي 14 يوليو سنة 1930 اذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من نفس الأستوديو هات
وفي سنة 1931، أستطاع جون بيرد أن ينقل لأول مرة ب التلفزيون سباق الدربي الإنكليزي

ما أول إرسال تلفزيوني، د و إرسال تلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية في 2نوفمبر 1936م، لكنه توقف في سبتمبر 1939م بسبب نشوب الحرب العالمية الثانية، وأعتبر من الكماليات وخشية أن تستفيد آلمانيا من الإشعاعات في تحديد الأهداف، وفي يوليو 1947م، أعيد إرسال التلفزيون في بريطانيا

أما في أمريكا فقد قامت شركة أر سي أي سنة 1930م بأول تجربة إرسال من نيويورك، ثم سنة 1937م طور العالم الأمريكي زاروكين التلفزيون بأختراعه صمام الأورثيكون الإلكتروني الذي أمكن التقاط الصور التلفزيونية الواضحة والتي نقلت أول مباراة للبيسبول للجمهور الأمريكي سنة 1939م بوضوح

مفهوم الثقافة

كلمة جديدة في معناها قديمة في أستخدامها في اللغة العربية، فكلمة تثقيف كانت تعني تشذيب قناة الرمح أو تسويتها وأستقامتها، ولكنها في القرن التاسع الميلادي أستخدمت من قبل أديب العربية أبو عثمان الجاحظ.

(إن كلمة الثقافة بمعنى الحذق والدراية والتهذيب قديمة في اللغة العربية نجدها في كل معجم من معجمات اللغة السلفية والعصرية، مع الشواهد التي تدل عليها من الأحاديث والأمثال والأبيات الشعرية، ومن معانيها الغالبة –التسوية والتقويم ولهذا تسمى الأداة التي تقوم الرماح، بالثقاف، وقد وردت في كلام ابن خلدون بمعنى قريب من معناها الشائع في العصر الحاضر

فليست هي من أبتداع الكتاب المعاصرين، وإنما أحتاج الكتاب المعاصرون إلى التمييز بين مدلول الحضارة وكلمة الثقافة بين المظاهر المادية التي تقترن بالحواضر الكبرى وعمران الثروة وبين التربية الخلقية والفكرية التي تتمثل فيما تملكه الأمم من ثمرات التهذيب والتثقيف من محصول ثروتها النفسية، وعند المحدثين من الأخلاقيين والأجتماعيين أن نهضات الأمم تبدأ بالثقافة أو بالعقائد والأمثلة العليا ثم تنتهي إلى العمران المادي الذي يتراءى في الأشياء المحسوسة وينقص نصيبه رويدا رويدا من المعاني الوجدانية حتى يئول إلى الزوال فلا تقوى الأمة على الأحتفاظ بالعمران ولا بالأمثلة العليا ، ولا ترجى لها نهضة أخرى بغير عقيدة متجددة، تبعثها إلى الحركة والطموح وقد سأله سائل عن كلمة – تثقيف ومعناها الحرفي تجريد العيدان من الزوائد والفضول وعن وجهة أستعارتها، خاصة وأن الثقافة تحصيل وليست تجريداً وإبعاداً، فكان رده أما أن الثقافة تحصيل وليست بتجريد، فالعبرة بالنتيجة في كلتا الحالتين، وقد يكون تجريد هذه الشجرة من الزوائد والنفايات وسيلة لتحصيل التغذية الخالصة بدلاً من سريان هذه التغذية إلى أجزاء الشجرة التي لا تفيد، وربما كان تقويم العود كذلك شرطاً من شروط التسديد والنفاذ، ولم يكن مجرد إزالة وتعديل، ولا بد في كل أستعارة من النظر إلى الغاية والنتيجة التي يتحقق بها الغرض من العمل كله، وإلا لم تبق كلمة واحدة من كلمات الإستعارة في لغتنا أو غيرها، وأولها كلمة الكلتور -CULTURE باللغات الأجنبية، فأين معناها الأصيل وهو الزراعة، ومعانيها التي تنطوي فيها اليوم؟)[1] .

ويقول زكي محمود (أن الثقافة لم تعد تسوية العود الذي يركب عليه سنان الرمح ليصلح للقتال بل أصبحت في أستعمال الجاحظ تسوية الفكر

[1] عبد العزيز شرف، عباس العقاد بين الصحافة والأدب، القاهرة، مكتبة الأنجلو 1980، ص180.

ليصبح بفطنته وذكائه قادراً على حل مشكلات الحياة، وتثقيف العقل بما يتفق مع الحضارة الجديدة وكانت اللغة هي أول الوسائل التي عنتها الثقافة)

أن مفهوم الثقافة اليوم هو مفهوم متعدد المعاني وهذه المسألة يجب أن تؤخذ بنظر الأعتبار عند كل تساؤل عن علاقات الثقافة أو الثقافات وتأثيراتها وهنا لابد من تداخلات تأثير الثقافة من خلال العلاقة العضوية بين الفرد والجماعة وبين الداخل والخارج أي بين جماعة وأخرى وبين الماضي والحاضر وقد عرفت المنظمة الدولية للتربية والثقافة وال علوم (اليونسكو) الثقافة بأنها (جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعاً بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات)[1].

أما المنظمة العربية للتربية والثقافة وال علوم (الالكسو)، فقد حددت الثقافة في وثيقتها المهمة الخطة الشاملة للثقافة العربية هي (مجموع النشاط الفكري والفني بمعناه الواسع، مع ما يتصل بهما من المهارات والوسائل التي ترتبط بكل أوجه النشاط الأجتماعي الأخرى مؤثرة فيها ومتأثرة بها)[2].

أن المتخصصين في علم الأنثروبولوجيا، يعتبرون الثقافة العامل الأساسي المؤثر في عادات وسلوك الجنس البشري داخل المجتمع، وكانوا متأثرين بمجموع الدلالات والمظاهر التي ظنوا أنها تشكل الثقافة، كالمظاهر الجغرافية والمعمارية والأقتصادية والأجتماعية والسياسية والدينية لمجموعة بشرية واحدة، فكل عضو من المجموعة المعنية يعرف ما يتقاسمه ويشترك به مع باقي أفراد مجموعته ولكن هنالك في الوقت نفسه سؤال يطرح، كيف نفسر أن هنالك أفراداً أكثر

[1] حسن مدن، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والأستهلاك -ندوة-، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994، ص156.
[2] المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996، ص16

ثقافة من غيرهم أو النخبة، فالكثير من المثقفين العرب من درس وليم شكسبير أكثر من الإنكليز أو مكسيم غوركي والكسندر بوشكين أكثر من الروس أنفسهم هذا على سبيل المثال لا الحصر، كون الثقافة لا تقتصر على الأدب فقط، لذا ففي كل مجتمع هنالك مستويات من الثقافة وأن هنالك أفراداً أكثر ثقافة من غيرهم

هنالك فوارق ثقافية أذن ولها أسبابها التي يحتاج التوقف عندها وهذه الخاصية يجب إدراكها والإقرار بها اليوم فأن العامل الأقتصادي للفرد وإمكانيات الدولة المادية وما توفره من إسهامات في دعم الثقافة وتوجه الدولة السياسي وتطور البلد، كل هذه العوامل تلعب دوراً في توعية ومستوى ثقافة الفرد والجماعة

فالثقافة التي تتفتح عينا الفرد عليها منذ ولادته من داخل مجموعته ويتغذى بها قد حصنت نفسها وقامت بتقوية نفسها عن طريق الإبقاء على الإتصال بالخارج، أي بعلاقتها الإيجابية مع الثقافات الأخرى ولكن هذه الفرضية تبقى اليوم نسبية فهذه الثقافة معرضة للإندماج والتلاقح والتلاقي مع الثقافات الأخرى فاليوم من خلال الفضائيات والإنترنيت والتطور الحاصل في تكنولوجي ا الإتصال، لم يعد هنالك تحصين حقيقي، بل نتكلم اليوم عن التلوين الثقافي وتعزيزه من خلال القنوات الفضائية والتي تسهم بالضرورة في تحقيق ديمقراطية الثقافة ونشرها بين الجماهير و لهذا حسناته، فمن مصلحة البشرية التعرف على بعضها البعض والإطلاع على ثقافات الأمم الأخرى، والحياة ستزكي الجيد وتطيح بالسلبي لكن الدعاية اليوم تلعب دوراً غير سليم، فهي يمكنها التأثير بعيداً عن الحيادية التي يراد من الإعلام أن يلعبه بشكل عام في كافة القضايا

أما العلاقة بين الماضي والحاضر أي علاقة الثقافة من خلال محور الزمن ومحاورتنا لتراثنا والتأمل بتاريخنا وحضارتنا يجب أن لا ينسينا الأهتمام الضروري بالجديد والمعاصر وما قدمته وتقدمه البشرية من إنجازات حضارية تهم الجميع، والعكس أيضاً محط مخاطر جدي ة وهي أن لا نهمل أو ننسى تراثنا وتاريخنا، و أن لا نزرع فجوة تفصل بين الأجيال، خصوصاً أن هذه المخاوف تزداد اليوم بصفة عامة حيث أن البعض ينظر إلى المستقبل على أنه قطيعة وثورة ضد القيم القديمة بسلبياتها وإيجابياتها

كما توجد العديد من القيم السياسية والدينية والثقافية والجمالية والأخلاقية المختلفة والمتناقضة أحياناً في داخل مجتمع واحد، وتعبر هذ ه القيم عن نفسها في مفاهيم المنفعة العامة المتعارضة والناتجة من أختلاف الرؤى والموقع الاجتماعي والوضع الأقتصادي وغير ذلك أن تعددية القيم تؤكد أنه لا يوج د مجتمع إنساني متجانس بشكل كامل، حتى اللغة التي يتحدث بها أبناء ثقافة واحدة فهي قد تختلف في الأستخدام بين شخص وآخر أو اختلاف في اللهجة أو الأسلوب في التعبير بها، ومن الضروري أن نلفت النظر إلى أن الأفراد يختلفون من حيث قدرتهم على الإتصال من ناحية، ويختلفون من حيث توفر الفرص الإتصالية المتاحة أمام كل منهم من ناحيةٍ أخرى، وهنالك فرق في القدرات الموروثة والمكتسبة لكل فرد في المجتمع وقابليته على التثقف والتعلم والاكتساب

لقد أختلفت المدارس الفكرية والدراسات المختلفة على تحديد معنى الثقافة وهنا يشير أيمانويل والرشتين ضمن بحثه بعنوان (هل يمكن أن توجد ثقافة عالمية)[1] حيث يقول:(يضعنا مفهوم الثقافة ذاته أمام مفارقة فالثقافة-

[1] أنطوني كينج، الثقافة والعولمة والنظام العالمي، ترجمة شهرت العالم وهالة فؤاد ومحمد يحيى ومراجعة محمد يحيى ، المجلس الأعلى للثقافة في مصر ضمن المشروع القومي للترجمة، ط1، 2001م،ص 139

من حيث التعريف تتسم بالخصوصية أنها مجموعة القيم أو الممارسات لجزء أصغر من الكل، ويصدق ذلك سواء أكان المرء يستخدم الثقافة من زاوية أنثروبولوجية لتعيين القيم و أو الممارسات الخاصة بمجموعة معينة في مقابل أي مجموعة أخرى على مستوى الخطاب نفسه (الثقافة الفرنسية مقابل الثقافة الإيطالية، أو الثقافة البروليتارية في مقابل الثقافة البرجوازية، أو الثقافة المسيحية في مقابل الثقافة الإسلامية ..الخ)، أم كان المرء يستخدم الثقافة من زاوية الأدب المحض لتعيين القيم، و/أو الممارسات العلوية وليس القاعدية لأي مجموعة، وهو المعنى الذي يشتمل بشكل عام على الثقافة بوصفها تمثيلاً، ونتاجاً لأشكال فنية إن الثقافة أو أي ثقافة ما، في الأستخدامين هي ما يشعر الأفراد به أو يقومون بعمله بما يختلف عن أفراد آخرين لا يشعرون بالأشياء نفسها أو يقومون بعملها) ، من هنا تتضح سعة مفهوم الثقافة ومدى تضارب تحديده بدقة

فلقد أختلف العلماء كثيراً حول تحديد مفهوم الثقافة وتعددت الأبعاد التي يمكن من خلالها وضع تعريف دقيق لها، فهناك أختلاف بين المعنى القديم والحديث والمعنى العام والأكاديمي، والمعنى الأكاديمي يقصد المعرفة الأكاديمية التي تغيب عن أذهان العامة، فالشخص المثقف هو ذلك الشخص الذي يجمع في ذاكرته مجموعة من المعارف المنتقاة، وهو الشخص الذي يتمرس بلغة الكلام، أو لغة الأرقام، فيكون شخصاً مثقفاً ثقافة أكاديمية، وأيضاً ينطبق هذا على الباحث الذي ينتهج منهجاً علمياً واضحاً في بحوثه، ومن مظاهر الثقافة الأكاديمية الكتاب وفنون السينما والمسرح والأوبرا "[1].

وهنالك من يقسم إلى ثقافة عامة، وثقافة أدبية، وثقافة فنية، وثقافة الأحاديث والمعارف العامة وهنالك من يقسم أو يقول أن هنالك ثلاث ثقافات

---

[1] يوسف ميخائيل أسعد، الثقافة ومستقبل الشباب، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة- 1984، ص7.

مختلفة في المجتمع الجماهيري وهي الثقافة الرفيعة أو الراقية، الثقافة الجماهيرية، والفن الشعبي

هذا الأختلاف في تحديد مدلول وماهية ومضمون الثقافة حفز الشاعر الكبير.ت س اليوت إلى أن يؤلف كتاباً عنوانه، ملاحظات نحو تعريف الثقافة -NOTES TOWARDS A DEFINITION OF CULTURE- والذي حاول فيه أن يقدم حلولاً لمشكلات ثقافية قائمة فعلاً، وحاول أن ينقل أنطباعه وتصوره لمعنى الثقافة

ويرى سعد لبيب، (أن الثقافة بمفهومها العام، هي نظرة إلى الوجود والحياة والإنسان، وهي كذلك موقف من هؤلاء جميعاً، وقد يتجسد هذا الموقف في عقيدة أو تعبير فني أو مذهب فكري أو مبادئ تشريعية أو مسلك أخلاقي عملي)[1].

اليوم وبفضل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والإتصال، أصبحت الثقافة سهلة المنال، فالقنوات الفضائية تصل كل مكان، ولا تكلف المواطن شيئاً فهو لم يعد بحاجة إلى المال لشراء كتاب أو جريدة أو أية مطبوع، ولا الحاجة للذهاب إلى دور السينما أو المسرح أو عروض الأوبرا أو الموسيقى، ولكن البعض يعتقد أن ذلك ليس صحيحاً فروجيه شاريتيه يقول يمكن للثورة الإلكترونية (أن تعمق الفوارق بدلاً من تحدها، فهناك خطر كبير ألا وهو "الأميّة الجديدة التي لم يعد تعريفها مقتصراً على عدم المقدرة على القراءة والكتابة إنما أصبح يعني أستحالة الوصول إلى الأشكال الجديدة لنقل الكتابة والتي هي مكلفة إلى حد

[1] سعد لبيب، " التخطيط الإذاعي على المدى البعيد"، محاضرات في كلية الإعلام- جامعة القاهرة- 1979م، ص6.

ما)[2] ، وهذا يجعلنا أن نقر بأن الثقافة ومضامينها ومستوياتها هي مختلفة عبر العصور والأزمنة

هنالك مفهوم للثقافة على أنها فردية أساساً فهناك أفراد مثقفون وأفراد شبه مثقفين وآخرون غير مثقفين ثقافة الأفراد المثقفين ليست ثقافة علم الأنثروبولوجيا (أي مشتركة بين مجموعة تكاد تكون متطابقة أو مرتبطة بأرض ما)، بل إنها ثقافة الصفوة التي تجاوز الحدود الدولية وتسمح لها الفرصة بالتعبير عن التواطؤ الطبقي أو الطائفي[1] .

(ليس هناك ثقافة فردية بالمعنى الحرفي فكل ثقافة هي ثقافة مستعارة يجب أكتسابها هي نتيجة نوع من المفاوضات فتعريف الثقافة يفرض الإتصال بالغير الاتصال بالتاريخ وبالمحيط المجاور، الاتصال بالمجتمع وبالعالم فما يمكن أن نقوله عن الثقافة هو ما يمكن أن يقال عن كل فردية أو جماعية فهي تبنى نفسها على تجربة الآخرين ليس هناك ثقافة دون أستعارة. .)[2].

"ألسنا على أتصال، على الأقل، عن طريق الصورة والمعلومة بباقي العالم ؟ ألسنا نملك مثلما لم نملك من قبل أسلحة التفاوض الثقافي وأدوات التبادل والتنقل؟ "[3].

أن عالم الثقافة عالمٌ رحب ويسع جميع الأتجاهات، وكل فن أو مجال ثقافي جديد يحقق متعة وفائدة للمجتمع بغض النظر ع ن توجهه، هو يدخل في خانة الثقافة

---

[2] ص 564-روجيه شاريتيه – ترجمة سلوى لطفي – مراجعة أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل- ما الثقافة؟ ط1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية- المجلس الأعلى للثقافة -القاهرة-

[1] مارك أوجي – ثقافة وأنتقال- ترجمة هويدا إسماعيل – مراجعة أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل- ما الثقافة؟ ط1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية- المجلس الأعلى للثقافة -القاهرة- ص422

[2] ص 423، م س.

[3] ص423 م س.

والفن أحد أوجه الثقافة المختلفة وهو يعني ما أنتجته وأبدعته الإنسانية من فنون، فمنذ أن صنع الإنسان الأحجار المنحوتة والحراب المدببة وبدأ بأستخدام النار وطلى جسمه وجدران الكهوف بالألوا ن كان الفن وكانت بداياته، ومن خلاله يمكننا اليوم أن ندرس ونتابع عملية التطور البشري من شتى جوانبها

أن الثقافة والفن، شكلٌ من أشكال أنعكاس الواقع في ذهن الإنسان ويساعدان على فهم العالم عن طريق تصويره، كما يمكن أن يكونا أداة قوية للتربية الأخلاقية والأجتماعية والسياسية، فقد ساعد تعدد المناهج والمدارس المختلفة التي تعكس وتصور الحياة على التطوير في نتاجات فنية إبداعية، كما في مجال الأدب والمسرح والموسيقى والسينما والهندسة المعمارية والرسم والنحت ..الخ، وبالتالي أنعكس ذلك على ذوق وسلوك الناس

أن السمة الرئيسية للثقافة أنها تعكس الواقع في صور مجسمة تدرك بالحواس، وفي صور فنية نمطية، تكشف السمات العامة والجوهرية للواقع

لقد ظهر الفن مع فجر المجتمع الإنساني، من خلال العمل ونشاط الناس العملي، وتطور التذوق الجمالي لدى الناس ومتطلباته م ومفاهيم الجمال من خلال العمل، وأرتبط الفن مع قضايا الناس وأستخدم كوسيلة هامة على الإقناع والتأثير ولإيصال الأفكار وتخلق كل مجموعة فناً وثقافة تتفق مع مصالحها ومتطلباتها الجمالية، ولكن هنالك إبداعات وأعمال رائعة كانت غنية بمضامينها وصادقة في التعبير وعكست قضايا وسمات إنسانية عامة، فأستحقت الأصالة والعظمة، والأمثلة كثيرة على ذلك، سواء في مجال النحت والرسم والموسيقى والأدب، والتي غدت منذ زمان ملكاً للبشرية جمعاء، وهنا تبرز سمة جديدة للثقافة وهي أمكانية تواصله وتطوره وتوارثه عبر الأجيال والعصور .

خصائص الثقافة

وهنالك من يحدد خصائص للثقافة، ويمكن أجمال تلك الخصائص بما يلي

أولاً الثقافة نتاج اجتماعي إنساني:[1]

حيث لا وجود للثقافة دون مجتمع إنساني، فالثقافة تنشأ عن الحياة الاجتماعية وهي من أختراع وأكتشاف الإنسان، والثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أو كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان

ثانياً الثقافة مكتسبة

إن الثقافة ليست غريزية ولا فطرية كما أنها لا تنتقل بيولوجياً، ولكنها تتكون من العادات التي يكتسبها كل فرد خلال خبرة حياته بعد الميلاد وتتضمن الثقافة توقعات الجماعة التي يتعلمها الفرد خلال عملية التنشئة الاجتماعية كما أنه عن طريق هذه العملية أيضاً، يكتسب عموميات السلوك التي تشكل الثقافة

ثالثاً الثقافة انتقالية وتراكمية

تنتقل الثقافة من جيلٍ إلى جيل على شكل عادات وتقاليد ونظم وأفكار ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق الرموز اللغوية كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى وسط آخر، وبهذا المعنى فإنها تراكمية، فالإنسان يستطيع أن يبني على أساس منجزات الجيل السابق أو الأجيال السابقة فهو ليس بحاجة إلى أن يبدأ من جديد في كل جيل وتختلف الطريقة التي تتراكم بها

[1] سامية حسن الساعاتي" الثقافة والشخصية"، بحث في علم الأجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988م، ص73-76.

خاصة ثقافية معينة كاللغة مثلاً، عن الطريقة التي تتراكم بها خاصة أو سمة ثقافية أخرى كالتكنولوجيا على سبيل المثال

رابعاً الثقافة مثالية

ينظر إلى العادات الاجتماعية التي تكون الثقافة على أنها تمثل نماذج مثالية ينبغي على أعضاء الجماعة أو المجتمع أن يمتثلوا لها، ويتكيفوا معها

خامساً الثقافة إشباعية

تشبع الثقافة دائماً، وبالضرورة الحاجات البايولوجية الأولية وكذلك الحاجات الثانوية المشتقة منها أيضاً ولذلك يقال أن للثقافة خاصة إشباعية والجوع والعطش مثالان على الحاجات البايولوجية، أما الحاجات الثانوية المشتقة فيمكن أن نطلق عليها الحاجات الاجتماعية الثقافية لأنها تظهر وتنشأ من خلال التفاعل الجمعي، وتنتقل بالطريقة نفسها

سادساً الثقافة تكيفية

أن الثقافة تتغير، وتتميز عملية التغير الثقافي بأنها عملية تكيفية وتميل الثقافات – خلال فترات زمنية معينة إلى التكيف مع البيئة الجغرافية فالناس ينبغي أن يكونوا قادرين على أن يأكلوا ويلبسوا ويسكنوا، وذلك بالتكيف لما حولهم والظروف البيئية التي يعيشون فيها

سابعاً الثقافة تكاملية

ويظهر التكامل الثقافي بصورة جلية في المجتمعات البسيطة، والمجتمعات المنعزلة، حيث يندر وجود عناصر خارجية في ثقافات تلك المجتمعات، كما أن العناصر الأصلية لا تتغير بسرعة، أما في ثقافات المجتمعات المركبة غير

المتجانسة فالتكامل لا يظهر بشكل واضح، حيث نجد أن عناصرها الأصلية تتغير باستمرار

ثامناً الثقافة انتقائية

أن أنتقال الثقافة لا يتم بآلية وحتمية بل يتم غالباً عن وعي وأدراك، فهو أنتقائي بمعنى أن الجيل الذي يتلقى عناصر ثقافية ينتقي منها البعض ويستبعد البعض الآخر تبعاً لظروفه وحاجاته

تاسعاً الثقافة متغيرة

فالثقافة خاضعة لقانون التغير الذي تخضع له جميع مظاهر الكون، كما قال "هيرقليطس (أن التغير قانون الوجود، وإن الأستقرار موت وعدم)، والتغير الثقافي يحدث في العناصر المادية في المباني والأثاث والملابس وغيرها، والعناصر المعنوية مثل العادات والأفكار

أن مفهوم الثقافة في هذا البحث هو الثقافة بمعناها الحضاري الأجتماعي الشامل، حيث تتضمن سلوكيات أفراد المجتمع، وما يرسمونه من انشطة مختلفة وكل ما يكتسبه الإنسان من معارف وخبرات تربوية وتثقيفية وتعليمية وتنمية قدراته، و رؤيته إلى شؤون الحياة المنوعة، بما في ذلك سلوك الإنسان وأسلوب حياته وتصرفاته إزاء الحاضر والمستقبل، ومن أجل تنمية وتطوير المجتمع

الإعلام الثقافي CULTURAL COMMUNICATION

الإعلام الثقافي، مصطلح جديد يقوم على أساس فهم طبيعتي الإعلام والثقافة، وهو فهم ينبع من جوهر مشترك لهما وهو "الاتصال". فالإعلام الثقافي هو عملية يتم من خلالها إرسال مادة أو رسالة ثقافية معينة إلى المتلقي، مع النتائج المترتبة على ذلك، وهذا بالضرورة يتضمن التفاعل، وإذا كانت مهمة

الإتصال بأنه يقوم بنقل المعاني عن طريق الرموز من المرسل إلى المرسل إليه، فأن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام فالفكرة الرئيسية في الإعلام الثقافي هي الأشتراك في الإطار الثقافي الذي يتضمن جوانب الثقافة وما يعيه منها أفراد المجتمع

أن دراسة الثقافة أصبحت تمثل ميداناً مهماً مستقلاً خلال القرن الأخير، ومن هنا تأتي أهمية مفهوم الإعلام الثقافي والذي يهدف إلى دراسة الثقافة من الوجهة الإعلامية والاتصالية، إدراكاً من أهمية التوصيل الثقافي في المجتمع، ومن حيث وظائف الإعلام الثقافي من حيث نشأته وعلاقته مع النظم الأجتماعية والموضوعات المشتركة بين الإعلام والثقافة

أن للإعلام الثقافي وظائف عديدة، مما يجعله مهماً عند التخطيط لمضمون وسائل الإعلام فليس وظيفته مقتصرة على الترفيه أو لأستهواء غرائز المشاهدين، بل له وظائف مهمة منها، الوظيفة الروحية حيث يسعى الإعلام الثقافي إلى رأب الصدع في المجتمع المعاصر الذي تطغي فيه المنافع المادية على حياة الناس، وذلك حينما يسعى الإعلام الثقافي إلى إشاعة القيم الجمالية بين الجماهير، وهنا تصبح الفنون في إطار الإعلام الثقافي بالراديو أو التلفزيون أ و الصحافة وسيلة من وسائل التطهير النفسي، ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر

والوظيفة الثانية للإعلام الثقافي، وظيفة أجتماعية، أو كما يذهب دوركايم وجروس بالقياس إلى الفن، أنه يخلق من مشاهديه والمعجبين به وحدة أجتماعية متماسكة، فهو وسيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات "[1]

[1] عبد العزيز شرف، في مقدمة كتاب البرامج الثقافية في الإعلام للدكتورة سهير جاد، ص5.

كما أن للإعلام الثقافي وظائف أخرى، وظيفة تربوية ووظيفة علمية وأدبية، كما لا نغفل الوظيفة الإعلامية للإعلام الثقافي وهي المرتبطة بأسمه كمصطلح، وهي وظيفة مشتقة من أهمية الإعلام في المجتمع الحديث، كونه يرتكز على مخاطبة عقول الجماهير ووجدانهم، ويؤثر بشكل واضح في تكوين أتجاهات الرأي العام

الاتصال:Communication

الاتصال بالمفهوم العام، هو أنتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضاً، والاتصال نشاط إنساني حيوي وأن الحاجة أليه في أزدياد مستمر[1]، وتشير كلمة "الاتصال" إلى معان كثيرة لدى كثير من الناس فالبعض ينظر إليها على أنها علم، والبعض يعتبرها نشاطاً، ويرى آخرون أنها مجال دراسة، بينما يعتقد البعض أنها فن وهي قد تكون نشاطاً عفوياً لا شعورياً أو عملاً مخططاً هادفاً[2].

ويعرف الاتصال في مجال الإعلام بأنه (بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والأجتماعية والثقافية والسياسية ويوجدون في مناطق مختلفة)[3].

وجدير بالذكر أن الاتصال بين الأشخاص لا يحدث في فراغ ولكنه يقع في سياق ثقافي معين، أي يتحدد طبقاً لمجموعة معايير وقواعد، وقد لا يعي الإنسان ذلك السياق الثقافي الذي يمارس فيه أتصالاته مع الآخرين ويؤثر في سلوكه الاتصالي لأنه أعتبر مسألة مألوفة ومعتادة بالنسبة له، لكنه قد يدرك

---

[1] منال طلعت محمود، مدرس بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الأسكندرية، مصر :مدخل إلى علم الاتصال، 2002م، ص18.
[2] المصدر السابق، ص11.
[3] المصدر السابق، ص22.

هذا السياق عندما يحتك بثقافات أخرى تختلف عن ثقافته، ومن العوامل التي تؤثر في الاتصال بين الأشخاص، الوقت والمكان

عناصر عملية الاتصال هي

Sourceأو مصدرSender

- **أولاً:** مرسل وهم القائمين بالاتصال، حيث يقوموا بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء إلى الآخرين
- **ثانياً:** رسالة، تحتوي على الرموز لغوية، لفظية، أو غير لغوية، أو غير لفظية التي تعبر عن المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني
- **ثالثاً:** مستقبل أو متلقي يستقبل الرسالة ومحتواها

والمتلقي هو من تتوجه إليه العملية الإتصالية والتلقي هو قدرة المتلقي وإمكانياته لاستلام الرسالة ومدى الاستجابة لها سلبا أم إيجابا

شروط القائم بالاتصال Communicator :

لقد حدد ديبر لو الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال وهي

- توفر مهارا ت الاتصال، وهي خمسة، (مهارة الكتابة، مهارة التحدث، مهارة القراءة، مهارة الإنصات، مهارة القدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال
- أتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع، ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الأجتماعي والثقافي، وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه، يؤثر على فعالية الاتصال

خصائص القائم بالاتصال في البرامج الثقافية

أن القائمين بالأتصال في البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية من مخرجي ومعدي ومقدمي هذه البرامج يتطلب أن يكون من الكوادر الإعلامية المتخصصة كي يتحقق الهدف المطلوب من البرامج الثقافية إلى المتلقين بشكله الأمثل، لذا يتطلب توفر بعض الخصائص منها

- يجب أن يكون القائم بالأتصال مؤهلاً تأهيلاً إعلامياً عاماً أو متخصصاً في وسيلة إعلامية معينة، كالتلفزيون أو الصحافة أو غيرها
- يتطلب أن يكون مثقفاً وعلى درجة من الثقافة تؤهله أن يقدم البرنامج المعني به، كأن يكون ملماً بالمسرح أو السينما أو الفن التشكيلي ..الخ، وحسب أهتمامات البرنامج الذي يقوم بالمساهمة به، لا أن يكون مقدماً أو معداً بسيطاً شكلياً، بل يتطلب منه أغناء وتطوير المادة المراد إيصالها للمشاهدين أن الثقافة الواسعة والخبرة في الحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي والإلمام الجيد بمختلف الموضوعات وفي مجالات متعددة يعتبر أكثر فائدة من التعليم الضيق، ومع ذلك فهناك تعليم وتدريب خاص يتعلق بطبيعة وظروف البرنامج والقائمين عليه، فالثقافة تختلف عن التعليم والمقصود بالمستوى الثقافي للمخرج أو المعد أو المقدم هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله، وربما أحياناً أن بعض البرامج تحتاج إلى قائمين بالأتصال ذو ثقافة موسوعية، وشخصية رزينة عميقة الفهم جديرة بالثقة وقادرة على كسب الأحترام وليس شخصية مسطحة دون عمق ودون حضور ذهني ملموس
- عليه أن يكون ملماً بالحياة الثقافية في البلد على الأقل بشكل عام والنشاطات التي تقام في مختلف المجالات الثقافية

- كما يتطلب معرفته بأهداف البرامج الثقافية وما تريد أن توصله للمتلقين وضمن إستراتيجية المؤسسة التي يخضع لها وليعكس ذلك في توجهاته
- عليه أن يكون كفوءاً ويقدم معالجة إعلامية للأحداث والظواهر والتطورات المختلفة التي تصاحب الحياة الثقافية، ويعرف جيداً طبيعة الشريحة الأجتماعية التي يتوجه لها
- على مقدمي البرامج الثقافية الأهتمام الجيد بمظهرهم الخارجي وأسلوبهم ولغتهم، ففي التلفزيون تصبح المسألة مهمة جداً لأن المشاهد سرعان ما يكتشف ويفرق بين المقدم الناضج المتوازن وبين النجم التلفزيوني الذي يلمع فقط من فوق السطح
- أن يكونوا من الملمين بأستخدام الأجهزة الحديثة والتعامل معها بيسر
- على المقدم أن يكون لبقاً مهذباً، ملماً بكافة جوانب الموضوع وأن كان ضيفه أو محاوره موجود، وأن يمتاز بالإيناس والألفة و يجعل المشاهدين قريبين من قلبه وعقله وأن يقدم مادته ببساطة ووضوح دون الإخلال بالمضمون، وعدم التكلف والأبتعاد عن التصنع وذو بديهية حاضرة وأن لا يحول البرنامج إلى ندوة جامدة بل لا بد من الحيوية المستمرة طيلة البرنامج، كي يبقي الجمهور على تواصل جدي معه

العلاقة بين الثقافة والإعلام والاتصال

أن من سمات عصرنا الراهن المهمة،هي تحول وسائل الإتصال الجماهيرية وخصوصاً التلفزيون إلى أدوات ثقافية، بل وأصبحت هي الوسيلة الرئيسية للحصول على الثقافة والإطلاع على جميع أشكال الإبداع الإنساني

فالثقافة أداة إتصال وتواصل أساسية بين البشر، وذلك أن معظم خصائص العقل البشري والتي تميزه عن غيره تعتبر أداة للاتصال ، والثقافة تعني التفاعل والإتصال بين أعضاء المجتمع والإعلام الثقافي يعني أنتقال المعلومات أو

الأفكار أو الأتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة أو وسيلة إعلام إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز ويوصف الإعلام بأنه ثقافي حينما يقدم مضموناً ثقافياً، أو يقدم رسالة ثقافية معينة

(وإذا كان الاتصال هو نقل المعاني عن طريق الرموز، فأن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام) [1]، فتناول الثقافة من الوجهة الإعلامية يساوي تناول الإعلام من الوجهة الثقافية فالإعلام الثقافي يسعى إلى إشاعة ونشر القيم الجمالية والذوقية والحسية والوجدانية في المجتمع ناهيك عن دوره ووظائفه الأجتماعية الأخرى

يقول عبد المنعم الصاوي عن الثقافة والحضارة، (وإذا كانت الحضارة هي المظهر المادي للثقافة، فأن الثقافة هي المظهر العقلي للحضارة، والحضارة تترجم الثقافة إلى أشكال من الفنون كالتصوير والنحت وغيرها، وبهذا تدل على الثقافة دلالة مادية تبقى على مر الزمن) [2]، أن الفن والثقافة بشكل عام كعمل إجتماعي، يمثل أعمق مظاهر النشاط البشري تعبيراً عن الاتصال و أشدها إثارة للانفعال وأكثرها تأكيداً لأستمرار التاريخ وتعاقب الأجيال وهو أداة تواصل مع الموجودات، ومن أهم النظريات الإعلامية، تلك النظرية التي تقوم على أساس التفسير الحضاري للإعلام، ومن أجل فهم طبيعته وأثره في العلاقات الإنسانية والدولية، وهي نظرية تصنف الحضارات تصنيفاً أتصالياً، فهناك الحضارة السمعية الشفوية، وهناك حضارة التدوين، ثم الحضارة الطباعية، واليوم حضارة الراديو والتلفزيون وهنالك مصطلح تيار الحضارة الآلية الحديث والذي يحاول أن يحل محل التربية التقليدية وأخذت الثقافة اليوم تتجه وجهة علمية فالإنسانيات في تقهقر ودراسة العلوم الطبيعية في تطور، ورغم أن العلوم المتنوعة

---

[1] عبد العزيز شرف، في تقديمه لكتاب البرامج الثقافية في الإعلام تأليف سهير جاد، ص 4

[2] عبد المنعم الصاوي، "عن الثقافة"، دار القلم، القاهرة، 1966م، ص15.

تساعدنا على فهم المادة وأستنباط قوانينها، لكنها قليلة الأهتمام بالإنسان، وهي شئنا أم أبينا تسعى إلى أغراض مادية، وليس غريباً أن تصبح أدوات تدمير بدلاً من أن تجمل حياتنا وتسمو بها إلى السعادة والبوم نلمس انعكاسات ذلك بوضوح فقد أنحسرت منزلة الكتاب، وتبعه الراديو، فالحياة المعاصرة اليوم ترهق الإنسان وتتعب أعصابه بسبب شدة الصراع على العيش والقراءة مثلاً تتطلب مجهوداً أكثر مما يتطلبه التلفزيون مما تجعله يركن إلى أقل الجهود، فيكتفي بما يشاهده ويسمعه بكسل، وهنا تأتي مسألة الأختيار أو الفرض للثقافة، فنحن لا نستطيع أن نتثقف ثقافة حقيقية خصبة وعميقة دون أن نبذل مجهوداً، حينها سنقبل بأية ثقافة سهلة المنال ولا تكلفنا جهداً أو مالاً، كما أن هذه الثقافة بالوسائل الآلية كالقنوات الفضائية أو عبر الإنترنيت وغيره، ستقتل فردية الإنسان، فالجميع يشاهدون ويسمعون نفس الشيء، مما يعني أننا سنصبح نسخاً متشابهة، ولكن رغم هذا يمكنها أن تلعب دوراً إيجابياً في التثقيف، وهي ما زالت تتمتع بثقة الجمهور

أن التلفزيون من خلال القنوات الفضائية وبما يملكه اليوم من امكانيات حديثة متطورة يعد من أرقى الوسائل الإعلامية الثقافية، وأكثرها نفاذاً وتأثيراً على البنية الأجتماعية والثقافية والأخلاقية للمجتمع، ولا شك أن ذلك يعتبر من أخطر مجالات التأثير في الحياة الإنسانية، فالصورة والكلمة والمعلومة أصبحت شكلاً ومضموناً من خلال القنوات الفضائية أهم أداة فكرية تعبر القارات والدول لتشكل تأثيراً على الرأي العام وعلى الثقافات الأخرى أن لغة الصورة من العناصر المرتبطة بالفكر الإنساني وتؤثر على الإنسان وأسلوبه في الحوار والتعامل والسلوك

من المؤكد أن الثقافة والإعلام ليسا موضوعين منفصلين، بل هما مكملان لبعضهما البعض، وكلاهما يمثل ظاهرة أجتماعية متطورة عبر

العصور، بل وبينهما علاقة تفاعلية جدلية، فالإعلام يوضح لنا كيف تتغير وتتطور الثقافة بواسطة الأفراد الذين هم أنفسهم من خلقها

(ولكن هذا التأثير محكوم بثقافة المجتمع فمن العسير تغيير القيم السائدة والمعتقدات والأتجاهات الشخصية تغييراً جوهرياً سريعاً عن طريق الإعلام .وهذا هو تأثير الثقافة على الإعلام)[1].

فالاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، والثقافة تعبير عن تراكمات والقنوات الفضائية شئنا أم أبينا ترفع وتحسن مستوى معلومات البشر وتوسع آفاقهم وتساعد على تكوين ثقافة جماهيرية وخلق المناخ المناسب للتنمية البشرية، وبنشرها البرامج الثقافية والمعلومات الأجتماعية والعلمية والتقارير المختلفة تسهم بقسط كبير في خلق مناخ فكري يجعل الناس أن يعيدوا النظر في حياتهم وسلوكهم وينظرون إلى مستقبلهم برؤى جديدة، ومن الطبيعي أن يساعد ذلك الناس إلى الأنتقال إلى عادات جديدة، ربما سلبية أو إيجابية ولكن نحسبها ايجابية على الأرجح وننتظر أن تجري تغييرات كبيرة في المواقف والمعتقدات والمهارات والثقافة التي يمتلكها المتلقي

أن الثقافة والفن نشاط أجتماعي يمثل أعمق مظاهر النشاط البشري جميعاً تعبيراً عن الإتصال، وأكثرها تأكيداً لاستمرار التاريخ وتعاقب الأجيال

أن التلفزيون وسيلة إتصال ثقافية من الدرجة الأولى ولا يقتص ر دوره على تقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة الحية، بل هو يقترب من الإتصال الشخصي وقدرة على التأثير في الأراء والمواقف، بل قد يتفوق على الإتصال الشخصي، كونه يقدم التفاصيل الدقيقة وتحريك

[1] سامية حسن الساعاتي، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، ديناميات التأثير والتأثر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الأجتماعية والجنائية للفترة 28-31ديسمبر 1983مص19.

الأشياء الثابتة بقدرة كبيرة ويعطي للمشاهد شعورا بأنه شاهد عيان على الأحداث التي يشاهدها

"وما يجعل التلفزيون متميزاً عن أشكال الاتصال المعروفة هو شخصيته التركيبية، أي قابليته على أستخدام الصورة والصوت، والتقطيع، والمؤثرات الصوتية، فالتلفزيون له القدرة على البث مباشرة لملايين المشاهدين، والتفسير الفني للحدث لحظة وقوعه، هذه القدرة تقرر عاملي الزمان والمكان الحقيقيين على شاشة التلفزيون."[1].

أن الحياة العصرية وما يصاحبها من نمط وإيقاع سريع حتم أن تكون وسائل الاتصال الحديثة وبالذات التلفزيون أدوات ثقافية، بل وتحول اليوم إلى وسيلة جماهيرية للحصول على الثقافة وللإطلاع على جميع أشكال الإبداع الثقافي، خصوصاً من الجمهور العادي والفقير، فهو أي التلفزيون يوفر الغذاء الروحي ويمد بالخبرة الثقافية الملايين وفي كل مكان ويصلهم في بيوتهم، وكما هو يزود المثقف والإنسان العادي، فهو مهم ثقافياً حتى بالنسبة إلى المشاهد الأم ي الذي لا يكلفه عناء الذهاب إلى مكان ما أو شراء مطبوع ما، فهو بالضرورة يتعرض للمادة الثقافية التي تقدم بعدة طرق وبالتالي يتأثر بها ولو ببطئ

الإعلام الثقافي المتخصّص

الإعلام الثقافي المتخصص هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساساً إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي[2]، ويسعى لمواكبة الحياة والتفاعل معها كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها

[1] أ. بورتيسكي- أ. بوروفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أنشام علوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، 1978، ص49

[2] أديب خضور، الإعلام المتخصص ،المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003م،ط1،ص63.

يمكن تحديد أبرز سمات الإعلام الثقافي المتخصّص على النحو التالي[1]

المجال الثقافي

إن مجال الإعلام الثقافي المتخصّص هو المجال الثقافي، ويعكس تطور المجال الثقافي في المجتمع درجة تطور هذا المجتمع وتزداد أهمية المجال الثقافي في المجتمع بأزدياد مستوى التطور الحضاري لهذا المجتمع وفي مرحلة معينة من تطور المجتمع، تتكدس التحولات الثقافية وتتجمع تراكمياً، وفي مستوى معين من تراكمها، تؤدي إلى تبدل نوعي، يبشر بتحول الثقافة – إنتاجاً وتوزيعاً وتلقياً إلى حاجة عندئذ، يتحول المجال الثقافي إلى حياة ثقافية بالغة الخصب والغنى والتنوع

الموضوع الثقافي

يمتلك الموضوع الثقافي خصائص مميزة أبرزها

- الموضوع الثقافي غير ملموس، بل هو أقرب إلى التجريد والتنظير
- الموضوع الثقافي غير مرتبط بالهموم المعيشية المادية اليومية للفرد والمجتمع
- موضوع نخبوي، بالرغم من الأتساع النسبي لدائرة المهتمين به
- موضوع يتضمن ويتطلب قدراً كبيراً من الإبداع
- موضوع مفتوح لقراءات متعددة ومختلفة
- موضوع يتميز بقوة حضور العامل الذاتي فيه
- موضوع تتطلب معالجته لغة ذات مستوى أعلى وأرفع
- موضوع يقدم لقارئه متعة وفائدة
- موضوع يتطلب تلقيه وتذوقه متلقياً نوعياً

[1] المصدر السابق، ص65، 66، 67

- موضوع مخادع لا تطرح الأمور فيه مباشرةً ، وهذا ما يجعله مناسباً لطرح أفكار يتعذر طرحها مباشرة في مجالات أخرى
- موضوع لا يتصدر أولويات السلطة والرأي العام ولذلك فأن حساسيته أقل والرقابة عليه أضعف، وهامش حرية التعبير فيه أوسع

لكن نجد أحياناً أهتماماً خاصاً ومفتعلاً من السلطات بهذا الجانب، في محاولة لكسب المثقفين إليها خدمة لمصالحها

الحدث الثقافي

تنعكس خصائص المجال الثقافي وسمات الموضوع الثقافي على الحدث الثقافي، وتجعله مختلفاً في المجالات الأخرى، بالمزايا التالية

- الحدث الثقافي هادئ، وتطوره بطئ، وإيقاعه ليس سريعاً
- مصادر الحدث الثقافي غير رسمية في الغالب
- الشخصيات الفاعلة في الحدث الثقافي هي غالباً رجال الفكر والفن والثقافة عموماً
- الحدث الثقافي عبارة عن عملية كاملة، تستدعي معالجتها وفهمها ضمن السياق العام الذي أنتجها
- يتعذر التعامل مع الحدث الثقافي إلا من خلال رؤية ذاتية معمقة له
- ضخامة الحدث الثقافي وحدود آثاره المتوقعة ونتائجه الملموسة محدودة ومتواضعة .
- تسييس الحدث الثقافي قد يؤدي إلى بروزه، ولكنه يفقر مضامينه الثقافية
- غالباً ما يكون الحدث الثقافي، هو الذي يسعى إلى المتلقي، ونادراً ما يكون المتلقي هو الذي يبحث عن الحدث

الجمهور الثقافي

علينا أولاً أن نجد تعريفاً للمثقف الفرد ومن ثم للجمهور المثقف، لقد بلغت تعريفات المثقف حداً من السعة والتنوع يصعب معه الأتفاق على تعريف محدد، ففي فرنسا، لم تظهر كلمة مثقف إلا في القرن التاسع عشر، رغم أن المثقف موجود منذ العصور القديمة حيث كان يفهم هو الشخص القادر على التكهن بالمستقبل أو من يملك المعرفة، أو البعض من كان يملك تميزاً بأمور معينة وصولاً إلى المفهوم الحديث الذي يعتبر الذين يقدمون نتاجات فكرية وروحية أو ما شابه ذلك، والبعض يسميهم النخبة أو الصفوة، وتستخدم لفظة المثقف في الوقت الحاضر عربياً للدلالة على من له رأي أو من له مشروع تنويري ومن ثم توسع ليشمل معظم المتعلمين

على أية حال يبقى التقسيم الذي يقسم الثقافة إلى ثقافة النخبة والثقافة العامة والثقافة الجماهيرية أو الشعبية، هو الذي يحدد طبيعة الجمهور لذا تتحدد طبيعة الجمهور الثقافي حسب مفهوم الثقافة المراد التعامل معه، ولكن يمكن تحديد أبرز سمات الجمهور الثقافي بما يلي

- أ كمياً من ناحية الكم يعتبر الجمهور ضيقاً إذا كان الحديث عن الثقافة الرفيعة كونه نخبوياً، أما جمهور الثقافة الشعبية فهو أوسع، وجمهور الثقافة الفرعية أو المختصة بمجال محدد فهو الوسط نسبياً بين الأولين، ومع ذلك أن هذه الأعتبارات تخضع إلى المستوى الحضاري والثقافي للفرد والمجتمع، ومستوى تطور وغنى الحياة الثقافية في المجتمع، ومستوى توفر وطريقة توزيع وسائل أنتاج الثقافة وترويجها

-ب أما نوعياً، فيمكن القول أن الجمهور الثقافي نوعي، بمعنى أنه أرفع وأرقى وأكثر أهتماماً وجدية من الآخرين وتبقى المسألة نسبية تتوقف على نوعية الثقافة ونوعية الوسائل والنشاطات الثقافية

ج-نقدياً، الجمهور المثقف الذي يمتاز بمستواه التعليمي الجيد وخبرته ومتابعته، من الصحيح أن يتمتع بحس نقدي وتحليلي وإنتقائي، وبالتالي يصبح من الصعب أن تقدم لهكذا جمهور ما هو غير مناسب أو غير مدروس بعناية حيث من الصعب إرضاؤه ويعتبر جمهوراً إيجابياً وفعالاً

د-يتميز المبدع عموماً بقدر من الذاتية والمزاجية، وقد تختلف هذه الصفة من مبدع إلى آخر، ولكنها سمة تسود في أوساط المثقفين

هـ-الجمهور المثقف غالباً ما يكون منحازاً، وقد يصل في تحيزه إلى درجة التعصب، وقد يكون التحيز لأتجاه أو لمبدع معين أو لمدرسة معينة

البرامج الثقافية

لا يمكن تحديد تعريف دقيق ل لبرامج الثقافية لأننا سبق وأكدنا أنه لا يخلو برنامج تلفزيوني من محتوى ثقافي، كما أن بعض البرامج تعد ثقافية في بلد معين ولا تعد كذلك في بلد آخر

كما أن بعض البرامج المنوعة والمجلات التلفزيونية والبرامج الصباحية في العديد من القنوات الفضائية العربية تنعت بالثقافية وهناك من يعتبرونها برامج منوعات عامة، ويمكن تعريف البرامج الثقافية بأنها البرامج ذات الطبيعة الخاصة التي تتوجه أساساً إلى جمهور المستمعين بهدف التثقيف العام والخاص ونقصد بالخاص الذي يتوجه إلى الصفوة من السياسيين أو الأدباء أو العلماء والبرامج الثقافية تتمثل في طبيعة الإنتشار الثقافي من الكبار إلى الصغار في حركة ديناميكية، كما تقوم على نماذج لها قدر من العمومية وعلى تبسيط المعارف والخبرات تبعاً للقدرات في مراحل النمو المختلفة، وبصورة مختلفة وبعبارات مختلفة عن تلك التي تستعمل في الحياة اليومية [1].

[1] عبد الحميد يونس، مجلة عالم الفكر، اللغة الفنية، الكويت 1971م.

هل الأثر الثقافي للتلفزيون قاصر على مواده الثقافية؟

بعض محطات التلفزيون وليست كلها ولا غالبيتها تطلق على بعض قطاعات برامجها عبارة البرامج الثقافية وتعني بها مجموعة البرامج التي تتعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة بالآداب والنقد الأدبي والدراسات الأدبية والفنون التشكيلية والمسرح والعلوم والدراسات الإنسانية، وما إلى ذلك وتقسيم البرامج إلى برامج إخبارية وبرامج ثقافية وبرامج ترفيهية أو فنية وبرامج تعليمية وبرامج أطفال وأخرى للمرأة وثالثة للفلاحين إلى آخر هذه السلسلة من الوحدات البرنامجية، انما هو تقسيم أصطلاحي بحت ومقصود به في الدرجة الأولى تيسير عمليات الإدارة والأرتفاع بالمستوى الحرفي الإنتاجي وليس المقصود به تعريف طبيعة البرامج وتحديد نوعية جمهورها وما تخلفه فيه منْ أثر

ويحدد المصدر الأكاديمي البرامج التعليمية والثقافية – بالتعريف التالي، (هي البرامج التي تقدم من خلال الإذاعة والتلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في شكل مقبول يستفيد من إمكانات الفن الإذاعي والفن التلفزيوني، وتتميز البرامج بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والف ن والعلم على أوسع نطاق) [1] وكما نلاحظ أن التعريف أنطلق بشكل أساسي من المضمون

والواقع أن كل برامج التلفزيون يمكن أن يكون لها أثر في التكوين الثقافي للفرد والمجموع، سواء كانت برامج سينمائية أو حلقات مسلسلة أجنبية أو عربية بل أن مثل هذه البرامج تترك أثرا ثقافياً في الفرد والمجموع بطريق غير مباشر، بأكثر مما تفعله البرامج والدراسات والندوات الجادة المتصلة اتصالا مباشراً بالأدب أو الفن أو العلم، والأثر الثقافي الذي تتركه قد يكون مباشراً أو

---

[1] م.س. البرامج التعليمية والثقافية

غير مباشر، بمعنى آخر أنه قد يكون عاجلاً، أو يظهر على المدى الطويل، ودون وعي من المستقبل"[1].

ويحدد الكتاب الأكاديمي البرامج التعليمية والثقافية والصادر من جامعة دمشق- مركز التعليم المفتوح- كلية الآداب قسم الإعلام ، شروط البرامج الثقافية بما يلي:(البرامج الثقافية وسيلة لتحقيق الهدف الثقافي وعليها أن تستكمل عدة شروط تساعدها على تحقيق وظيفتها وعلى رأس هذه الشروط

- أن يفيد من الإمكانات الإذاعية (المسموعة أو المرئية) في تقديم الثقافة للجماهير في شكل مقبول
- أن يعتمد على تبسيط الثقافة تبسيطاً لا يهبط بمستواها وإنما يجعلها مفهومة.
- أن يتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة، وأن يتحاشى أسلوب الإنتاج والتلقين، وذلك بأن تتسم بالتنوع بالموضوع والأسلوب والشكل، بما يتناسب مع أتساع مجالات الثقافة وتنوعها وغناها.
- أن تنوع البرامج الثقافية بحيث تحقق التنوع بين فروع الثقافة المختلفة.
- أن ترتبط هذه البرامج الثقافية بمفهوم الثقافة، بوصفها كياناً له مقوماته التي تميزه عن التعليم من ناحية وعن الإعلام والترشيد من ناحية أخرى.
- أن تضع في حسبانها أنها موجهة لغير المختصين وللشريحة الأكبر من المتلقين، بما يمكنهم من فهمها، وأستيعابها، ومتابعتها، والأستمتاع بها في الوقت نفسه.

---

(1) ص4[ف] -سهير سيد أحمد جاد- رسالة الدكتوراة بعنوان- البرامج الثقافية في التلفزيون- دراسة في تحليل المضمون- تلفزيون جمهورية مصر العربية- جامعة القاهرة -كلية الإعلام – أشراف د. سمير محمد حسين، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة- د. سلوى أمام ، المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام- سبتمبر 1984م.

- أن تضع في حسبانها أحترام حق التعبير، وأهمية الحوار، وتعددية الأراء وتبتعد قدر الإمكان عن الرؤية وحيدة الجانب[1].
- أن معايير البرنامج الثقافي، هو أن يتوجه إلى المتلقين من عامة الناس من جهة بغية تثقيفهم، ويتوجه إلى المثقفين علمياً وأدبياً وأكاديمياً بغية تهيئة العقول لقبول الثقافة مهما تختلف فروعها، ومهما تكن مادتها
- أن الاهتمام بالبرامج الثقافية هي ضرورة إعلامية من قبل القنوات الفضائية والتي تحاول من خلال رسائلها المختلفة أن تخلق مناخاً ثقافياً خاصاً يشد المشاهدين إليها، كما يلعب التلفزيون دوراً هاماً في رعاية الآداب والفنون والعلوم الأجتماعية، وخصوصاً أن له القدرة على الأرتقاء بالمستوى الثقافي لمتوسطي ومحدودي الثقافة وإشباع الحاجات الثقافية للمثقفين

الدورة البرامجية التلفزيونية

بغية التخطيط العلمي لبرامج القنوات التلفزيونية، تقوم الإدارة المشرفة أو المسؤولة بوضع دورات برامجية فصلية، تتضمن العناصر المهمة والرئيسية لكافة البرامج التي ستقدم خلال الفصل مع حصة كل منها من ساعات البث وتضع الإدارة الأهداف العامة التي على ضوئها حددت تلك الحصص وما هو مطلوب من هذه البرامج، وغالباً ما تكون الدورات أربع أي لكل فصل دورة، ولكن ذلك ليس لزاماً فمعظم القنوات الفضائية العربية تتبع نظام ثلاث دورات فصلية، بسبب وجود شهر رمضان، حيث له خصوصية وتهيئ لهذا الشهر برامج منوعة خاصة تكون غالباً متميزة كما تكون الدورة الشتوية لبعض القنوات ستة أشهر، وغالباً ما تواجه برامج الدورة الصيفية بعض الإشكالات بسبب الأجازات الدورية للعاملين

---

(1) ص208_209، كمال [illegible] 2008.

ومن خلال المتابعة واللقاءات الفردية مع المسئولين في القنوات الفضائية العربية ، تبين أن معظمها لا يلتزم بهذه الدورات البرامجية أو أنها غالباً ما تخضع للتغيير أو إلغاء بعض البرامج منها أو إضافة أخرى دون سابق أنذار، وبعض القنوات يعد دورة برامجية خاصة بشهر رمضان وتصنف على ضوء ذلك البرامج وحصة كل منها ضمن الدورة البرامجية وتخصص بالتأكيد حصة للبرامج الثقافية في معظم القنوات الفضائية العربية.

وغالباً ما تكون الدورات البرامجية فصلية، أي ربيعية، صيفية، خريفية، شتوية

التخطيط التلفزيوني

أن الحياة اليوم أصبحت من التعقيد مما يتطلب البرمجة والتخطيط لكل شيء، فكيف و القنوات الفضائية العربية التي أصبحت عاملاً مهماً في معظم أنماط الحياة، فالتخطيط في التلفزيون هو تفكير علمي سليم من أجل تحقيق الأهداف المرسومة التي تحددها سياسة القناة ضمن الخطط التي تضعها، ويعرف سعد لبيب التخطيط التلفزيو ني بأنه(توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية والاتصالية مع الأستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات)[1].

والتخطيط التلفزيوني في المجال الثقافي مهم وأساسي ولابد من أتباع أسلوب علمي من أجل تحقيق الأهداف المتفق عليها في المجال الثقافي، ولا بد من تحديد الوسائل والأساليب وتوفير المتطلبات البشرية والمادية وأستثمار المتاح من أجل تنفيذ البرنامج بالفترة الزمنية المحددة، والتخطيط هو المرحلة النهائية لوضع السياسات الإعلامية ومن ثم ترجمتها إلى الواقع الملموس، أي أن

[1] سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، الرياض، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيون الخليج، 1985، ص11.

التخطيط ينفذ الأهداف أو السياسات المقرة، والتخطيط الثقافي هو جزء من أساسي من التخطيط التلفزيوني.

موسيقى التتر

قال كونفوشيوس لو أردت أن تعرف مقدار رقي أمة من الأمم فاستمع إلى موسيقاها

هذا عن الموسيقى بشكل عام أما موسيقى التتر فهي المقدمة الموسيقية التي ترافق البرنامج في بدايته ونهايته مع الأسماء والصور والكرافيك أوانها الموسيقى التصويرية للمسلسلات أو الأفلام أو البرامج وهي الجندى المجهول الذي نادراً ما يذكر، وغالبا ما تكون عاملا من عوامل نجاح البرنامج أو المسلسل وأصبح الأهتمام يزداد بها، حيث شعر العاملون بأهميتها فى ربط مشاعر المشاهدين، وان عدم جودة موسيقى التتر أو الموسيقى التصويرية يؤدى بالتأكيد إلى ترك أثر سلبى ولو بسيط على هذا البرنامج أوالمسلسل، و للبرامج الثقافية خصوصية إذ أنها تحتاج إلى هذه الموسيقى إذ يكون لها وقعا على المشاهد فهي جواز المرور الأول لنجاح البرنامج وجذب الجمهور.

وتوظف الموسيقى في بعض البرامج الثقافية كخلفية سائدة وأحياناً تكون واصفة لجوهر المادة التي يتوفر عليها البرنامج، وأحياناً تكون نابعة من بنية البرنامج الثقافي

وهي تكثيف لمضمون البرنامج بمدة لا تتجاوز الدقيقة وتسير بالتوازي مع الصور والكتابة والرسوم المرافقة

ولا يختلف اثنان على دورها في التأثير على المشاهد والمخرج هو صاحب الاختيار الأول لموسيقى التتر الملائمة لمقدمة ونهاية البرنامج الثقافي

الإنتاج التلفزيوني:

الإنتاج التلفزيو ني هي تحويل الفكرة إلى منتج نهائي a finished product مثل كتاب أو مسرحية أو فيلم سينمائي أو برنامج ثقافي أو غير ذلك كما تطلق هذه التسمية على جميع العمليات اللازمة لإنتاج برنامج للتلفزيون من الفكرة وكتابة النص وتوزيع الأدوار وحتى التسجيل وفي المجال الإعلامي يشير المصطلح المنتج إلى الشخص المسئول مسئولية كاملة عن أي أنتاج إعلامي ، (وقد يطلق على الشخص الذي يقوم بالتمويل الخاص بعملية الإنتاج وكذلك على الشخص المسئول مسئولية كاملة من الناحية الإدارية والمالية والفنية وأختيار مجموعة العاملين في الإنتاج production teem وعن الإنتاج ذاته من ناحية أختيار المخرج والممثلين والتوزيع وتحديد ساعات الإنتاج production hours بالإضافة إلى مسئوليته القانونية أمام الجهات المعنية، وإذا كان المخرج هو المسئول عن الحصول على المنتج النهائي كعمل فني إبداعي فمن البديهي أن يكون هناك تفاهم تام بين المنتج وبين المخرج، وقد يطلق المنتج يد المخرج بحرية تامة في جميع خطوات التنفيذ بشرط الألتزام بالميزانية المحددة للإنتاج)[1] ، أن الإنتاج في التلفزيون هو عبارة عن تحويل الفكرة الخلاقة المصاغة فنياً على الورق على هيئة نص أو شبه نص إلى مادة مسجلة على شريط فيديو أو تكون صالحة للبث طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً وفكرياً

المخرج

هو قائد العمل، وهو الرجل المسئول عن إخراج البرنامج الثقافي وتحويل الألفاظ المكتوبة في النص إلى صور نابضة في الحياة، لذا يجب أن يكون ملماً بكل تفاصيل العمل الذي يتطلبه البرنامج الثقافي التلفزيوني، وهو أشبه بالمايسترو أو قائد الفرقة الموسيقية، وينبغي أن تتوفر لديه خصائص شخصية معينة تمكنه من

[1] عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، ص46.

النجاح، كاللباقة وحسن التصرف والتعاون، ويقوم بعد توزيع المهام والأشراف على الديكور والموسيقى وغيره، ويقوم بالأشراف على تسجيل البرنامج الذي يخرجه، ويجلس في غرفة المراقبة أمام المنضدة الرئيسية ويجلس على يمينه المونتير الإلكتروني وعلى يساره سكرتيرة البرنامج ويكون معها نسخة من السيناريو مثلاً أو فقرات البرنامج وكل الملاحظات والتعليمات والتوجيهات المهمة عنه ويقوم المخرج بمتابعة اللقطات التي يعدها المصورون ويقوم بإصدار أوامره بالأنتقال من كاميرا إلى أخرى

كما يصدر تعليماته إلى مهندس الصوت وتكون السكرتيرة إلى جانبه تنبهه إلى المطلوب ، وهنا يتطلب منه قوة التخيل والمتابعة والتركيز على جميع تفاصيل العمل

الإعداد والتقديم

معد البرنامج

تعتبر وظيفة "معد البرامج من الوظائف المهمة، ف معد البرنامج هو العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، كون الإعداد هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر الأخرى مثل (التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج. .الخ) كما أن هذه العناصر تحول ما كتب على الورق إلى واقع ملموس و هذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة والعلم والممارسة

من هو معد البرامج؟

هو الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التلفزيوني، وتطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية.

وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد على السيناريو الذي يقدمه المعد أو الكاتب، لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع والأشخاص المشاركين والاتصال بهم من أجل المشاركة في البرنامج والاتفاق معهم على كافة الخطوات وطبيعة الأسئلة التي سوف توجه لهم من قبل مقدم البرنامج في حواره مع الضيوف

وعلى الكاتب قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر ويتخيل في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة، كما أن على معد البرامج أن يستوعب جيدا مقومات صياغة الرسالة التلفزيونية، وكيفية استخدام كل عنصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد

فالصورة ومكوناتها وزوايا التقاطها وشكلها وحجمها والأضواء والملابس والماكياج وحركات وإيماءات الشخصيات كلها عناصر على الكاتب أن ينتبه لها في النص الذي يكتبه على شكل تعليمات

أن هذه العناصر المرئية والصوتية وتفهم التقنية التلفزيونية وأجهزة الإنتاج من كاميرات وغرفة مراقبة وتحكم ومكان الإنتاج، وكيفية تنفيذ الإنتاج وهل سيتم تسجيل المنتج أو سيعرض مباشرة، كل هذه العناصر والمقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني

وبما أننا نتكلم عن معدي البرامج، فيجب التنويه أن بعض البرامج الثقافية والعامة في القنوات الفضائية العربية يعدها ويقدمها نفس الشخص وهذا يتطلب منه الأنتباه والإلمام بجزئيات البرنامج كافة، وأحيانا يكون ذلك مصدر قوة ونقطة إيجابية، وفي أحيان أخرى أخرى يكون مصدر ضعف وجهد

ضائع، وهذا يتطلب إعادة النظر ومراعاة التخصص لابتغاء الدقة في المعلومة وتقديم الأفضل للمشاهد

السمات والمؤهلات التي ينبغي توفرها في معد ومقدم البرامج

- تشترط معظم القنوات التلفزيونات العربية توفر مؤهل جامعي، وتمكن من اللغة العربية والإنجليزية
- القدرة على التعبير عن الأفكار وتتجلى هذه القدرة في مقدرته على الكتابة
- القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع
- مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها أو يقدمها البرنامج.
- المعايشة للواقع والإحساس بمشكلات مجتمعه وموضوع برنامجه.
- القدرة على التخيل والابتكار
- الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية
- الإلمام بالتشريعات الإعلامية وهذه مسألة مهمة اليوم لتجنب الوقوع في المشاكل التي قد تخلق بسبب عدم الدراية.
- فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماتها
- الإلمام بالثقافة العامة، حيث أن هذه الثقافة تعد جزءاً لا يتجزأ من مدركات المعد أو المقدم ورصيدا مهما من المعلومات التي كثيرا ما تعينه على أداء عمله بسلاسة.
- التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، وما ي رتبط ببرنامجه كالموسيقى والتذوق الفني والتمثيل والنظريات الأدبية والفنية المختلفة لمن يعمل في إعداد أو تقديم البرامج الثقافية، أو عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون المعد أو المقدم قد أختار العمل فيها.

- كما يجب أن يتمتع بالمرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر يتعلق بطبيعة الإنتاج التلفزيوني، حيث تحدث العديد من المفاجآت والظروف المستجدة في كثير من الحالات.

تحليل المضمون Content Analysis

تختلف آراء أساتذة مناهج البحث حول طبيعة تحليل المضمون ، فهل هو مجرد أداة لجمع المعلومات التي تعتمد إجراءات منظمة وموضوعية وكمية لوصف المضمون وقياس العلاقات بين المتغيرات، أم طريقة من طرق البحث، والرأي الأخير هو المرجح. وقد تطورت أستخدامات تحليل المضمون، حيث يوجد أتجاهان أساسيان في مجال أستخدامه يركز الأول على الأستخدامات الوظيفية ويركز الثاني على مستوى التحليل

هنالك عدة تعريفات لتحليل المضمون، أوضحها هو الذي وضعه كرلينجر Kerlinger عام 1973م، بأنه(طريقة دراسة وتحليل الاتصال بطريقة منتظمة، موضوعية، وكيفية، بغرض قياس المتغيرات)، كما هنالك التعريف الذي وضعه بيرلسون Berelson عام 1952م، والذي يعرف "تحليل المضمون (هو تكنيك بحثي للوصف الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهر للاتصال) وهذا التعريف أكثر أنتشاراً ويتفق مع الأول في جوانب كثيرة على الرغم من أن التعريف الأول أكثر شمولاً، لأنه أضاف الوصف الكمي لمضمون الاتصال

ويذهب محمد الوفائي 1989م، إلى وصف تحليل المضمون بأنه (طريقة مقننة وهي ليست منهجاً كما يسميه البعض، فهو ليس منهج تفكير، وإنما هو

وسيلة لجمع البيانات، وأسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبع الظاهرة بغرض تحليلها بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة)[1].

فتحليل المضمون هو الطريقة المنهجية التي نستخدمها لكي نصف مضمون الاتصال سواء كان شفهياً أو مكتوباً أو من خلال الراديو أو التلفزيون مذاعاً، وموضوعياً بطريقة منظمة منهجية، بغرض أختبار فروض علمية أو الإجابة عن تساؤلات بحثية

لذا فتحليل المضمون هو طريقة منظمة وكل مراحلها تتم طبقاً لقواعد واضحة ومتسقة مع بعضها البعض، وثابتة ويتسم تحليل المضمون بأنه موضوعي، أي أنه يجب أن يتم بمعزل عن تحيزات وأهواء الباحث وأنه يجب أن نحصل على نفس النتائج إذا كررنا التحليل بنفس طريقة البحث، (ومع ذلك فيجب التنويه بأن الموضوعية الكاملة مائة بالمائة لا تتحقق في تحليل المضمون لأن تحديد فئات ووحدات التحليل المتضمنة في البحث تخضع في أحوال كثيرة لذاتية الباحث)[2].

كما أن تحليل المضمون يعتمد على القياس الكمي، وهذا يعني أن هدفه الوصف والشرح الدقيق لكم كبير من الرسائل، فالعد والقياس الكمي هام لتحقيق الدقة أولاً ، وثانياً لقياس العلاقة بين المتغيرات، وأستخدام الأدوات الإحصائية

أما أستخدامات تحليل المضمون ، فلم يعد يكتفي بالوصف، بل ويتعداه إلى أختبار العلاقات السببية، وأختيار فروض لبناء وتطوير النظريات الاجتماعية

[1] مناهج البحث الإعلامي وطرق الإبداع الصحفي، تأليف وإعداد عطا الله الرمحين، نزار ميهوب، نهاد محمود، عبد الله قيسية، منشورات جامعة دمشق- كلية الآداب- قسم الإعلام، مركز التعليم المفتوح، مطبعة جامعة دمشق، ط1، ص118.

[2] المصدر السابق، ص119.

والإعلامية، ومن الأستخدامات الوظيفية لتحليل المضمون هو وصف مضمون الاتصال، أي مجرد وصف المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، ولا تكتفي بعض الدراسات بهذا الوصف، وإنما تتجاوزه إلى تحليل إتجاهات المضمون، كما يستخدم تحليل المضمون لربط خصائص مصدر الرسالة الإعلامية، بخصائص الرسالة التي ينتجها هذا المصدر، وبالتأكيد تختلف خصائص المضمون الذي تنتجه الوسيلة الإعلامية ذاتها باختلاف التوجه السياسي أو الثقافي للصحيفة أو التلفزيون ..الخ

كما يستخدم تحليل المضمون لمقارنة مضمون وسائل الاتصال بالعالم الحقيقي، وفي تقييم صورة جماعة معينة في المجتمع والهدف من أستخدام تحليل المضمون هو دراسة كم ونوعية التغطية الإعلامية لكل الفئات والجماعات في المجتمع لرصد إتجاهات التغطية كما يستخدم لتطوير وإختيار نظريات علمية

ويمر تحليل المضمون بعدة إجراءات تبدأ بتحديد مشكلة البحث وصياغة الفروض والتحليل وبناء الفئات، وأجراء أختبار الثبات ومن ثم تحليل البيانات وتفسير النتائج

وتحليل المضمون حسب تعريف دائرة المعارف الدولية للعلوم الأجتماعية، بأنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، وذلك بأختيار عينة من المادة موضوع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمياً وكيفياً على أساس خطة منهجية منظمة

مفهوم التأويل

يهدف التأويل في أصوله القديمة إلى تفسير النصوص الدينية المقدسة والكلاسيكية لأنها تتطلب فهما من قبل المتلقي الذي كان يشعر بغموض

معناها، وقد أصبح مصطلح التأويل علما عاما في الفهم ومنهجا لتفسير ظواهر العلوم الإنسانية والطبيعية، وبدأ التأويل مع بدء اللغة وكان يمثل الخطاب الملفوظ أو المكتوب، وفي هذا الشأن يقول الفيلسوف أرسطو

(تتشكل الأصوات المتلفظ بها رموزا لحالات النفس، كما أن الكلمات المكتوبة تشكل رموزا للكلمات المتلفظ بها داخل الكلام)[1].

أن التأويل بالمعنى الأرسطي لا يذهب إلى تلك العلاقة الديناميية بين مختلف الدلالات داخل النص، أي ما تمارسه لغة داخل لغة ثانية، بل يقتصر على ما تفعله أصلا اللغة الأولى بتوسطها علاقتنا بالأشياء عبر علاماتها ورموزها

وقد انشغل العرب والمسلمون بالتأويل فها هو الفيلسوف ابن رشد يقتفي اثر أرسطو ويعرف التأويل بقوله (انه إخراج دلالة اللفظ من الدلالة الحقيقية إلى الدلالة المجازية من غير أن يخل ذلك بعادة لسان العرب في التجوز من تسمية الشيء بشبيهه أو سببه أو لاحقه أو مقارنة أو غير ذلك من الأشياء التي عددت في تعريف أصناف الكلام المجازي)[2].

أما الجرجاني فقد ذكر، (أن المعنى إذا أتاك ممثلا فهو في الأكثر ينجلي لك بعد أن يحوجك إلى طلبه بالفكرة وتحريك الخاطر والهمة في طلبه وما كان منه ألطف كان امتناعه عليك أكثر واباؤه اظهر واحتجابه اشد)[3].

وفي العصر الحديث اخذ التأويل دلالات محددة حيث يعرفه منصف عبد الحق (انه العلم الابستمولوجي الأساسي الذي من خلاله يتم التعقل وإنتاج المعرفة قبل أن يكون مجموعة أفكار وتصورات حول الألوهية والإنسان والكون)[4].

---

[1] بول ريكور ، النص والتأويل، تر جمة منصف عبد الحق ، مجلة العرب والفكر العالمي، بيروت ع3 ،ص51 ، 1988
[2] ابن رشد ، فصل المقال ، فلسفة ابن رشد، إشراف سميح الزين ، بيروت ، دار الآفاق الجديدة1987 ، ص 22
[3] عبد القاهر الجرجاني، أسرار البلاغة، ط3 تحقيق هـ ريتلا ، بيروت ، دار المسيرة ، 1983،ص126.
[4] منصف عبد الحق، اللغة وإشكالية التأويل، مجلة الوحدة ، المغرب ، ع9، 1982 ص 128

أما باتريس بافيس فيحدد التأويل في قاموسه بأنه (منهج لتفسير النص أو العرض وهذا التفسير يقترح معنى يأخذ في اعتباره موقف المتلقي من الإفصاح عن رأيه وتقييم العمل الفني)[1].

يرتبط التأويل بشبكة واسعة من قضايا الإنسان وعلاقاته بالمجتمع حيث يعكس القيم والمبادىء والأعراف لذلك المجتمع أو يستند إليها ويخضع لضروراتها ومن هنا تختلف العملية التأويلية من مجتمع لآخر ومن فرد إلى آخر

التأويل في اللغة:

عرف اللغويون معنى التأويل في اللغة، وأوضحوه بشكل محدد ودقيق نذكر من تلك التعاريف التالية

قال ابن الأثير في النهاية (والتأويل هو من الشيء يؤول إلى كذا، أي رجع، وصار إليه)

وقال الراغب الاصفهاني (التأويل من الأول، أي الرجوع إلى الأصل ومنه الموئل للموضع الذي يرجع إليه وذلك هو رد الشيء إلى الغاية المرادة منه، علما كان أو فعلا، ففي العلم نحو (وما يعلم تأويله إلا الله والراسخون في العلم .) وفي الفعل كقول الشاعر وللنوى قبل يوم البين تأويل) ، أي بيانه الذي هو غايته المقصودة منه

وقد حدثت على مر العصور معركة فكرية حول منهج التأويل وما أنتجه من فكر ومعرفة

- أن التأويل أسلوب معرفي عام يستعمله العقل البشري لاكتشاف الغوامض مما يشير إليه اللفظ أو الحدث أو الرمز، فقد اعتاد الناس ولأسباب

[1] باتريس بافيس ، قاموس المسرح ،ادوات ومصطلحات ومفاهيم التحليل المسرحي، ترجمة ، احمد المأمون ، المغرب ، 1980 ، ص 312

فنية أن يعبروا عن مقاصدهم أحيانا بطريقة لا تكشف إلا بالتأويل، كما أن بعض الأفعال والحوادث الصادرة عن الإنسان أو الحيوان أو النبات أو الجماد إنما هي رموز تكشف عن حقيقة غير مصرح بها في ذلك الفعل أو الحدث، واستنتاجها هو التأويل.

الخلاصة: تمثل الثقافة مجموع الظواهر المميز ة التي يختص بها المجتمع، فالثقافة هي محور حيوية المجتمع وأداة دوامه وتجدده، وقد عرف تايلور (الثقافة بأنها ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعرف، وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع)[1].

كما القينا الضوء على المفهوم العام والشامل للثقافة بمفهومها الحضاري والأجتماعي، لذا فأننا نتناول البرامج الثقافية من منطلق أهتمامها بالمجتمع ككل بأعتباره محوراً للثقافة، لذا فالبرامج الثقافية هي البرامج التي تسعى إلى التركيز على الجوانب السلوكية الإيجابية، والمساهمة في تطوير المجتمع والنهوض به في حياته المتجددة، بما فيها من أفكار وأتجاهات ، وكل ما يخص سلوك الناس وأهدافهم وتطلعاتهم

إنتاج البرنامج التلفزيوني

أن إنتاج البرامج التلفزيونية تخضع لإدارة عامة تقوم بدراسة فكرة البرنامج وتعديلها إذا لزم الأمر، تضيف أو تحذف منها، وعندما تلقى الفكرة القبول يبدأ التخطيط الفني لإنتاجها، كما تعد لها التكاليف المالية والعقود اللازمة وتكاليف الإنتاج وغير ذلك

[1] نصر محمد عارف، الحضارة المدنية، دراسة لسيرة المصطلح ودلالة المفهوم، واشنطن، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1995م، ص19.

ويخضع إنتاج البرنامج التلفزيوني إلى عدد من الخطوات الهامة والرئيسية وهي:[1]

أولا، الفكرة

حيث يتم دراسة الفكرة المطلوب تنفيذها للبرنامج ومدى صلاحيتها وموافقة الرقابة والمصنفات الفنية ومدى استجابة المشاهدين لها من خلال تقارير يتم إعدادها في هذا الشأن

ثانياً، نوعية المشاهد

يتم فيها تحديد نوعية المشاهد حتى يمكن تقديم البرنامج بالشكل الذي يناسب هذه النوعية من المشاهدين، وقد تكون نوعية المشاهد من النخبة أو رجال الفكر أو العامة ..الخ

ثالثاً، الزمن

حيث يتم دراسة الوقت المطلوب فيه عرض البرنامج على أن يرتبط بنوعية المشاهدين .فلا يصح مثلاً أن نقدم برنامج للموظفين خلال الفترة الصباحية التي يكون فيها الموظف في المصلحة التي يعمل بها أو نقدم برنامجا للطلاب خلال فترة الدراسة .وهكذا

رابعاً، المادة العلمية

وتأتي خطوات إعداد المادة العلمية للبرنامج من المختصين أو الخبراء أو المؤسسات أو الهيئات المتخصصة ..الخ

---

[1] سعيد الكيلاني، أنتاج المواد الإعلامية،ص127

خامساً، النص

يتم إعداد النص الذي سوف يصاحب الصورة .ومن هنا يجب اختيار الكاتب الذي يقدم النص الذي يخدم البرنامج المطلوب إنتاجه.

سادساً، عرض البرنامج

انه من الضروري معرفة الطريقة التي سيعرض بها البرنامج بمعنى هل سيعرض على الهواء مباشرة أو خلال التسجيلات أو عن طريق الأستوديو أو المكاتب الإعلامية.

سابعاً، مقدم البرنامج

وتأتي خطوة أختيار مقدمي البرنامج وذلك حسب أهمية البرنامج ونوعيته وهل يعتمد على مقدم واحد أو أكثر

ثامناً، الإمكانيات الفنية

يجب دراسة الإمكانيا ت الفنية المتمثلة في أستخدام الديكور والمواد المصاحبة للنص من رسوم أو خرائط أو وسائل توضيحية بالإضافة إلى أستخدام الملابس والإكسسوارات والماكياج وغيرها .وتوفير كل هذه العناصر الفنية ولوازمها

تاسعاً، تجهيز الكاميرات

ثم تأتي خطوة تجهيز الكاميرات ومعدات الصوت والإضاءة والمؤثرات الصوتية الخاصة والمطلوب أستخدامها و كذلك أعداد وتجهيز أجهزة قياس الصوت والإضاءة

عاشراً، تحرير العقود

وتأتي مرحلة تحرير العقود والإرتباط النهائي بالميزانية التي تشتمل عادة على أيجار الأستوديو وأجور المشتغلين في البرنامج وإيجار الملابس والإكسسوار وأعمال الديكور والتصوير الخارجي إن لزم الأمر

أحدى عشر، استمارة التنفيذ

وهنا يجب أن تحرر أستمارة التنفيذ التي يدون فيها أسم البرنامج وفكرة مبسطة عنه ومدته الزمنية – وعدد الحلقات ووقت التنفيذ وموعد حجز الأستوديو والتصوير الخارجي إن لزم الأمر – وحجز الكاميرات ونظام التصوير فيديوتيب أو تلي سينما أو قمر صناعي بالإضافة إلى بيانات أخرى في الإستمارة الخاصة بالبرنامج والتي تشتمل على أسم المخرج وأسماء المتعاونين .الخ

يتضح لنا مما سبق كيفية أنتاج برنامج تلفزيوني بشكل عام، ولكن للبرامج الثقافية خصوصية تتطلب أختيار موفق للقائمين بالاتصال من مخرجين ومعدين ومقدمين كما أسلفنا

الإنتاج المحلي

يعتبر أنتاجاً محلياً كل برنامج قامت بإنتاجه مؤسسة تلفزيونية وطنية، وذلك بغرض عرضه ضمن برامجها التلفزيونية، أو إذا قامت بإنتاج البرنامج مؤسسة فنية إعلامية وطنية لحساب مؤسسة التلفزيون الوطنية ليعرض ضمن برامجها، ويشترط أن يتناول أحد أوجه الثقافة المحلية

القنوات الفضائية

يشكل البث الفضائي اليوم عصب الاتصالات الدولية، فقد ألغيت المسافات وغدا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجي

الاتصال، حيث أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الأحداث، أولاً بأول، وقد أصبحت القنوات الفضائية من الموضوعات التي تشغل اهتمام صناع القرار والرأي العام والقادة، كونها وسيلة من أنجح الوسائل وأضمنها وأكثرها تأثيراً لتحقيق الاتصال المطلوب وبلا شك فأن القنوات الفضائية اليوم تمثل أكبر وأخطر إنعطاف في ثورة الاتصالات

وإزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصالات، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة تلعب على أوتار المكبوت العاطفي، ونجحت في أجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية وأخرى أخذت تعمل على عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض والتقديم، في الوقت الذي تفتقد فيه القنوات الفضائية العربية الرسمية قدرتها على المنافسة

المضمون في البرامج الثقافية

اعتادت الكثير من القنوات الفضائية العربية أن تقدم برامج ثقافية خالصة موجهه إلى الصفوة المثقفة التي قد لا تناسبها البرامج الثقافية التي تقدمها المحطات العامة

وإذا كانت الوظيفة الإعلامية تتمثل في نقل التراث الثقافي وتنشئة الأجيال الجديدة في المجتمع من أجل تحقيق التآلف بين لأفراد المجتمع وتطوره وتنميته حيث يكتسب الفرد ثقافة جماعته أي أساليبها الأجتماعية، والتنشئة الاجتماعية هي عملية مستمرة من الطفولة حتى الشيخوخة، أن أبرز المضامين التي تؤكد عليها البرامج الثقافية هي الأدب وفنونه والقضايا والنشاطات الأدبية من شعر وقصة ورواية ونثر ومسرح ومناهج النقد والتراث الأدبي، القديم

والحديث، كما كان لدراسة تجارب الشعوب الأخرى في مجال الأدب حصة ضمن العديد من البرامج الثقافية.

تضمنت العديد من البرامج الثقافية مواضيع متنوعة المضامين والأشكال، بدءاً من المواضيع المعنية بالثقافة الرفيعة إلى الثقافة الخفيفة عبر مختلف أشكالها كالسينما والمسرح والموسيقى والغناء والفن التشكيلي والرقص والباليه، كما ساهمت بعض البرامج المنوعة إلى نقل القيم وأنماط السلوك الإيجابية وبأشكال فنية مختلفة كما كان للجوانب النقدية في شتى الفنون المذكورة نصيب جيد، لكن كل ذلك ظل مرهوناً بعدد ضئيل من القنوات الفضائية العربية.

أن نجاح البرامج الثقافية يتطلب تخليصها من الطابع الإخباري ومعالجة نوعيتها، وأن تطويرها يرتبط بتطوير مضمونها وتحقيق التكامل بين الشكل والمضمون، ويحتاج من مخرج ومعد البرنامج أن يحدد بدقة الأفكار التي يراد توصيلها للمتلقي وتحديد الأهداف وبالتالي تعيين المصادر التي يمكن أن يستخدمها ويستفاد منها معدوا البرنامج الثقافي

البحث يحاول من خلال الأستبيان الذي حدده أن يحدد المصادر التي يعتمد عليها القائم بالأتصال كما أن البرامج الثقافية الموجه إلى النخبة كانت تقدم مضامين تراعي التقاليد الجمالية وكان الجمهور المتتبع لها وهو عادة ما يكون من المثقفين يستجيب لها ويتابعها في حس نقدي، وهذه البرامج تصل أحياناً إلى درجة من الحرفية الدالة على الموهبة والعبقرية في مجال الأختصاص، لاسيما أذا كان من يعد أو يقدم هذا البرنامج من الصفوة الثقافية أو يتم تحت إشرافها وهؤلاء قمم في مجال الجماليات والثقافة والترفيه، ويمكن القول أن ثقافة الجماهير قد أستمدت أساسياتها من ثقافة الصفوة التي كانت هي الأساس في بناء صرح الثقافة المعاصرة، والخوف أن تبتعد الثقافة الجماهيرية

عن ثقافة وأشراف الصفوة وبالتالي تعم الثقافة السطحية والساذجة والتي تحرم المتلقي من التفكير أو البحث أو الأستنتاج وغالبية المضمون الثقافي تنقله اليوم وسائل الإتصال الحديثة وخاصة الفضائيات، وتترك هذه البرامج أثرها الثقافي في المشاهد بطرق مباشرة وغير مباشرة

الخلاصة

أن التلفزيون اليوم أصبح يؤثر ثقافياً، ليس من خلال مضمون البرامج الثقافية التي يقدمها، بل أنه ينتقي للمشاهد محتوى وتوجه هذه الثقافة، وهنا يؤكد أديب خضور، (أهمية الدور الثقافي الذي تلعبه وسائل الإعلام الجماهيري في الوقت ذاته، لأن دورها لم يعد يقتصر على توصيل ونشر الثقافة، بل أصبحت تؤثر بشكل أساسي في عملية إنتقاء محتوى الثقافة، وحتى في إبداع هذا المضمون ومرة أخرى نجد وسائل الإعلام الجماهيري تقع في ملتقى طرق مشكلات الثقافة الحديثة، لأنها أتت لترفد طرائق التحصيل الثقافي التقليدية)[1] .

البرامج الثقافية وكفاءة المتلقي

أن أهم المشكلات التي تواجه البرامج الثقافية في التلفزيون تتعلق بقدرة القائمين بالاتصال عليها في تحديد حاجات المشاهدين وبالتالي وضع الخطط لبرامج ثقافية تلبي حاجة المتلقين وأفضل القوالب والأساليب والمواضيع التي تنمي حقاً الوعي لديهم، مستفيدين من المزايا التي تتوفر في البث التلفزيوني

لقد ساعد انتشار التلفزيون وما يتمتع به من خصائص جعلته مؤثراً في الحياة الأجتماعية والثقافية، حيث نجح في الوصول بالمشاهد إلى مكان الحدث وأخذ يؤثر على الأفكار والقيم والأتجاهات والسلوك، وأكدت الدراسات الحديثة

[1] أديب خضور،أستاذ الصحافة في جامعة دمشق، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية 14، ط 1، دمشق1998.

أن للتلفزيون آثاراً إيجابية ومفيدة من حيث كونه وسيلة توعية مهمة فهو في كل ما يقدمه يكون له أثرا ثقافيا مباشرا أو غير مباشر، وقد يكون هذا التأثير مجرد إضافات لمعلومات جديدة أو خلق إتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم أو تحويل رأيه بمفهوم معين إلى مفهوم جديد أكثر دقة، وقد يكون التأثير في خلق قيمة جديدة أو تدعيمها أو توسيع المعرفة بها، ولا يقتصر التأثير الثقافي على البرامج المعنية بالأداب والفنون والعلوم الإنسانية البحتة، بل أن كل المواد التي تعرض تحمل تأثيراً ثقافياً معيناً ما دام لها علاقة بالتراث الفكري والفني أو تطمح إلى زرع وخلق قيم معينة

ويمكن القول ومن خلال المتابعة المستمرة للبرامج الثقافية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية، أن هنالك القليل من القنوات نجحت في تقديم مواد ثقافية غنية في مضمونها وجميلة في شكلها، ولكن للأسف أن الأكثرية من برامج القنوات الفضائية العربية تغلب عليها سمة التسلية والبرامج أو المسلسلات الدرامية والبعض الآخر ابتلى بالموضوعات السياسية، وتتحول حتى البرامج الثقافية على قلتها إلى برامج شبه سياسية بالدرجة الأولى أو لخدمة الأفكار التي تتبناها السلطات

هنالك العديد من البرامج الثقافية التلفزيونية استطاعت أن تلبي حاجة المشاهد وتنمي وعيه الثقافي عبر ما تقدمه من مضامين وبقوالب حديثة جذابة، بعيدة عن الملل والتكرار نلاحظ أن برنامجاً ناجحاً جداً وهو برنامج "رواقد والذي يعده ويقدمه أحمد علي الزين، والذي يقدم من القناة الفضائية "العربيّة قد نجح وحاز إعجاب الكثيرين، لجمال أسلوب التقديم ونوعية المضمون الذي يعكسه، ويعود الفضل في ذلك بالدرجة الأولى إلى المعد والمقدم أحمد الزين والذي هو إنسان مثقف وصاحب خبرة تزيد عن الأربعين عاماً في المجال الثقافي بشكل عام

كما أن هنالك بعض القنوات الفضائية العربية التي تقدم برامج ثقافية جيدة، لكنها غير معروفة أو لنقل غير مشاهدة .قليلون هم من يشاهدونها كقناة عُمان الفضائية والتي لديها برامج ثقافية نوعية في العديد من المجالات منها برنامج "آفاق ثقافية

الملامح الايجابية في البرامج الثقافية

الجوانب الإيجابية للبرامج الثقافة عديدة، فهي إلى جانب كونها مواد ترفيهية وتنمي الذوق والإحساس الجمالي للمشاهدين، فهي زاد ثقافي وإنساني مهم خصوصاً لو قدمت في قوالب فنية راقية ومترابطة مع مضامين جيدة

أن أبرز السمات الإيجابية لهذه البرامج يمكن إيجازها بما يلي

- 1 إيصال الثقافة

يرصد التلفزيون الواقع الثقافي والحياة الثقافية، ويحاول من خلال برامجه الثقافية والمنوعة الأخرى نقلها إلى المشاهدين ويطلعها عليها ويجعلها في متناولها، بسهولة ويسر ودون جهد أو نفقات

2- ترويج الثقافة

أن نقل الثقافة بطريقة سهلة يعني تسهيل توسيع دائرة المهتمين بالثقافة والقضايا الثقافية، وهذا يعني ترويج المادة الثقافة بشكل واسع

3- تنوع المضمون الثقافي

للتلفزيون ولما له من خصوصية في نقل البرامج الثقافية بالصورة والصوت تصبح له الإمكانية لتقديم برامج مختلفة ومنوعة المحتوى والمضمون وبغزارة وبدرجات أو مستويات ثقافية مختلفة

4- أعطاء طابع ديمقراطي للثقافة

فاليوم وبفضل التلفزيون والقنوات الفضائية أصبحت الثقافة ملكاً للجماهير، وأخرجت من عزلتها، ولم تعد محصورة في موضوعات معينة، وتقدم اليوم بقوالب فنية عديدة لجميع الناس وليس لشريحة معينة

5- تقديم المادة الثقافية بشكل فني مناسب

من شأن الأشكال الفنية المناسبة المنوعة حسب نوعية المادة والجمهور المراد أيصال المادة الثقافية له وأعتماد لغة تعبيرية تلفزيونية خاصة، كل ذلك يجعل هذه البرامج الثقافية أكثر مقدرة على الأنتشار والوصول والمتابعة والقبول وبالتالي التأثير

6- تركيز الأنتباه

أن عملية الأختيار التي يقوم بها التلفزيون مكنته من تركيز أنتباه المشاهدين على القضايا الثقافية التي يريد إيصالها، وبالكيفية التي يراها مناسبة وفي الوقت الذي يريد

7- إبداع مادة تلفزيونية جديدة وخاصة

لقد أصبح التلفزيون يقدم مادة تلفزيونية خاصة به وتمتلك أشكالاً ومضامين خاصة، مناسبة للتلفزيون من حيث التقنية ولغة التعبير ونوعية الجمهور

أن الآنية والحيوية اللتين يتمتع بهما التلفزيون تمكنانه من إبداع مادة ثقافية جديدة تعالج قضايا ومشاكل ساخنة وراهنة، وذلك بعكس الأدب والفن اللذين قد يتأخرا في معالجة هذه القضايا وهذا من شأنه أن يساهم في إعطاء المزيد من الحيوية للمادة الثقافية التلفزيونية، وفي معالجة المشاكل والقضايا الراهنة التي تهم أوسع الجماهير، وفي المساهمة في تقديم معلومات وآراء ومعالجات جديدة لقضايا وأمور معيشي ة أو فكرية أو أجتماعية أو علمية راهنة

الأمر الذي يساهم في إشراك الجماهير في فهم ووعي مشاكلها، وأيجاد قدر من الوعي بهذه المشاكل، وربما الأشتراك في معالجتها[1] .

[1] أديب خضور، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق1998،ط1، ص12.

الفصل الرابع

الإعلام وثقافة الصورة

عصر ثقافة الصورة

ونحاول هنا في البحث أن نشير إلى الثقافة كمضمون، وبين الوعاء البرامجي التلفزيوني، من حيث الشكل والمحتوى، لذلك نحاول التعرف على ماهية البرامج الثقافية من عدة جوانب

- أولاً من حيث المضمون.
- ثانياً من حيث المفهوم
- ثالثاً من حيث الهدف
- رابعاً من حيث النواحي الفنية

إذا جاز لنا توصيف عصرنا الذي نعيش، فهو باتفاق الآراء أننا نعيش عصر الصورة، ومن ثم فإن الشكل الثقافي السائد لعصرنا هو ثقافة الصورة، وفي مواجهة هذه الظاهرة التي هي جديدة بالرغم من زحفها الكاسح، تفجرت احتجاجات انتقاديه لا ترى في هذه الظاهرة إلا تهديدًا مدمرًا للهويات، وإلغاء لأنماط ثقافية جهدت الإنسانية في إنجازها قرونًا وقرونًا من السنين

وبالرغم من بعض الحقيقة في هذه المقاربات النقدية، فإن الاستسلام للحديث عن ثقافة الصورة كشرّ مطلق، إنما يفوت علينا فرصة الاستفادة بأي خير قد يكون موجودًا في ثناياها، وواجبنا نحو أمتنا وثقافتنا العربية، يحتم علينا أن نجدّ في البحث، حتى لا نخسر فرصة قد تكون متاحة عبر هذا الاجتياح الثقافي الخطير.

العالم يجتاحه طوفان من الصور، هذه حقيقة لا مراء فيها، فللمرة الأولى في تاريخ البشرية الطويل على هذه الأرض، بات في مقدور بلايين البشر أن ينالوا قدرا من التجليات البصرية للتقنيات الحديثة، سواء كانوا فقراء يتجمعون حول بث الفضائيات في المقاهي الرخيصة ورقميات التواصل المصورة في

مقاهي الإنترنت، أو ميسورين يمتلكون في بيوتهم أحدث أجهزة التلفزيون واستقبال الفضائيات وأثمن أجهزة الكمبيوتر القادرة على الاتصال السلكي واللاسلكي بشبكة المعلومات العالمية، بل الكوكبية فإذا أضفنا إلى ذلك مصادر الصور المتاحة الأخرى، من شرائط مصورة، رقمية ومغناطيسية، وأقراص مرنة وأخرى مضغوطة، وأجهزة قادرة على بث الصور الرقمية وغير الرقمية في كل ذلك، فإننا نكون في مواجهة طوفان حقيقي من الصور ولا يتبقى إلا أن نقرر هل نطفو على سطح هذا الطوفان، أم أننا نغرق فيه؟

من المعيش إلى المرئي

لقد باتت الصورة جزءًا من الواقع المعيش في زمننا، وربما صارت بديلاً له بل حتى أداة تصنيع لعالم متخيل غير حقيقي ينوب عن العالم الحقيقي لأهداف وغايات لا يمكن أن تكون حميدة في معظمها، وإن كان بعضها حميداً من زاوية واقعنا العربي، فالصورة تعيد إنتاج العالم فتغدو حدثا محسوساً مما يقوي من دورها ويفرض وصايتها على المشاهد الذي تبتلعه بهيمنتها ولا تدع له فرصة للتأمل، وهي بالطبع وافد يحمل في جعبته من الخبايا ما يحمل، ولقد ذهب أحد المفكرين الغربيين وهو (جي ديبور) Guy Debord إلى القول إن المنتج الأساس للمجتمع الحديث (أي الأوروبي أو الغربي تبعًا لرؤيته) هو مجتمع المشاهدة، والمشاهدة، تبعا لتعريفه، هي مردود الصور المتراكمة بتراكم رأس المال فما كان ماديًا غدا تمثيلاً للمادة، وفي هذا الطريق أيضا يذهب البعض إلى القول إن العولمة ماهية إلا صنيعة الصور المتبادلة عبر الوسائط الإلكترونية، وترتب على ذلك تغيرات في وسائط الاتصال التقليدية أتاحت مصادر جديدة لتخيل الذات والآخر بل إنها لا تتوقف عند حدود مجرد الاتصال، بل تمارس التأثير بأكثر الأدوات نفوذًا ومكرًا، وهي الصورة، ومن ثم تمارس إعادة الصياغة الثقافية للبشر تبعًا لإرادة صانعي الصور ومروجيها، وهذه الصياغة لا تتوقف عند أنماط التفكير

المسايرة لإرادة المهيمنين، بل تمتد إلى صياغة تقاليد وافدة في الطعام والشراب واللباس والمسكن وحتى في السلوك العام اليومي، كما في الفنون بجميع أنواعها

وهكذا لم تعد الصورة مجرد أطياف من أثير بل أصبحت أداة حفر وتشكيل وصياغة لمتلقيها، أي إخضاعا لاشعوريا لإرادة خارج الذات التي لا تصنع أو لا تشارك في صنع هذه الأداة، كما تُتهم عاصفة الصور بكونها مسيرة للقطيعة مع أشكال الماضي كافة، وفي قلبها الهويات الثقافية الخاصة أو المحلية لبعض الشعوب التي لم تعد تصنع حاضرها وتاريخها، بل يصنعهما لهم الآخرون الأقوى بمعايير عالم اليوم، وصناعة الصورة هي واحدة من معايير القوة لدى القوى المهيمنة الآن.

هذا الواقع الجديد، الذي تصوغه «عاصفة الصورة» دفع ببعض من مثقفينا للشك المشروع عند تناولهم للظاهرة، تقول الدكتورة ماري تريز «ينبغي إذن التعرف على العلاقة بين الفرد والتكنولوجيا، وما أفضت إليه من ممارسات سلطوية جديدة متخفية في ثقافة الصورة، نتيجة اختراق اقتصاد السوق للمعاملات بين الذات والآخر، خاصة بظهور مجتمع المشاهدة، فقد تزامن نمو مجتمع المشاهدة مع النمو التدريجي للتكنولوجيا المستخدمة في تمثيل الذات والآخر عبر المنافذ البصرية المتنوعة».

إذا لم تكن محاولة تمثيل الواقع المحسوس بالصورة. في أحد جوانبها إلا تكريسًا لهدف غير ثقافي، أو مضاد للثقافة المحلية على الأقل، وسكبًا للماء في طاحونة اقتصاد السوق بأبشع ملامحها شراهة ورغبة في الهيمنة، وبمنطق وآليات سياسة «التسويق» التي لا تتعامل مع البشر وعالمهم إلا كمستهلكين وسلعاً للاستهلاك، وهو ما يمكن ان ندعوه تجاوزا «ثقافة الاستهلاك» أو «الثقافة الاستهلاكية»، التي لم تستثن مجالاً إلا وحاولت اختراقه، ابتداء من ساحات الطعام التي بثت فيها حمى «الوجبات السريعة»، حتى الفنون التي تحاول انتزاع

العنصر البشري والإنساني في إبداعها وإحلال الهندسة والتقنية الرقميتين في إخراجها للناس وبمنطق الإنتاج بالجملة وللعموم، كأي سلعة ابتداء من أحذية الرياضة حتى الوجبات الجاهزة، وهو ما ينتقده مفكرون غربيون معاصرون مثل سايمن بني Simon Penny بقوله «إن التكنولوجيا ساهمت في تقديم تقنيات السرعة والدقة وتوفير الجهد، فارتبطت بالاستهلاك السريع استجابة لمتطلبات السوق، ويستحيل على الفنان التعامل مع الأجهزة الإلكترونية من دون التعامل مع اقتصاد السلع الاستهلاكية»

إن القطيعة مع الماضي، التي يجري إحداثها بسكين «عاصفة الصور» في «مجتمع المشاهدة»، وبمنطق اقتصاد السوق، وتوجهات العولمة، لا تستهدف أنماط العيش فقط، بل حتى الفنون، والآداب، والتقاليد المحلية، وكل هذا لا يجري بالضرورة، تحقيقه بفعل «المؤامرة»، لكنه يتم بطبيعة هذا المنجز التقني المرتبط بثقافة الصورة، التي لا تزال بحكم نشأتها وتطورها والمزيد من تطويرها وترويجها، بعدا ثقافيا وافدا يفتقد الأصالة، ولا تزال تنقصه المواءمة مع الجذور الخاصة بمعظم بنية الثقافة العربية، وحتى هذه اللحظة التي تتراكم فيها متغيرات جامحة، ويولد فيها جيل عربي جديد محاصر بكل مسببات القطيعة مع ثقافته الأم، ومدفوع بإغراءات قوية للذهاب بعيدا في طوفان الصور.

يقول الدكتور خالد حسين، بحرارة تنبثق من رؤيته لثقافة الصور كغزو، بل وحش يستهدف التهام الوجود الإنساني واستبدال عالمه بعالم بديل هو عالم المرئي «يتبدى المشهد الكوني كما لو أن الأمر يتعلق بغزو مؤجل، فانفلت من عقاله في غفلة مريعة من مشيئة المقتدرين على أمره، وبانذهال صامت ومحير من الطرف المستهدف بالغزو، هكذا حال العالم اليوم مواجهة سيل الصور وهي تجتاحه تحت طائلة الهيمنة والإمبريالية الجامحة لجنونها، تأتي الصور لتنتقم لحضورها الغائب في غمرة الزمان المنقضي لتستيقظ فجأة وتلتهم العالم

بلذة، وتحاصر الكائن الإنساني بطريقة لا مثيل لها إنها الصورة تغزو العالم وتعربد في فضاءاته، وتدك أمكنته بجيش جارف من كائناتها، سيل من الصور لا يتوقف، يتغلغل في كل مكان حتى غدا الأمر أقرب إلى الفكاهة والرعب في آن واحد فماذا يفعل العالم بكل هذه الصور المندلقة عليه من كل صوب؟ هذه الصور التي تضرب عليه حصاراً، فما إن تختفي موجة من الصور حتى تكون أخرى قد حضرت، ليغدو الزمن زمن الصورة وإرادة المرئي في الفتك بالكائن الإنساني وإزاحته نحو الزاوية الأضيق على مدار العطالة والاندهال جراء هذا الحضور الملغز والمخيف والجميل للصور».

هذا الحضور الطاغي للصور الذي يستنفر انتباه وربما احتجاج الكاتب الإعلانات وصور الزعماء والفنانين والمباريات والاحتفالات والمسلسلات، مشاهد الجنس وعروض الأزياء وملكات الجمال وملوكهم أيضا والمصارعة الحرة .و و

هذا الحضور الطاغي «للزافل هو الذي يدفع «الوجود .بالمعنى الذي عناه الفيلسوف هيدجر. للانسحاب من «العالم لحساب وجود مرئي تختلقه الصورة وترسخه، وهو وجود بديل يزيح الواقع الفعلي، ويصير الواقع الذي يراد لنا أن نتعامل معه على أنه الواقع الحقيقي، واقع الصورة أو الواقع الفائق الذي أضحى أشد واقعية من الواقع المعيش

إنها مخاوف، وتحذيرات، قد يكون بعضها مبالغا في رنين نواقيس التنبيه التي يقرعها، لكنها مؤسسة بلا ريب على واقع نشهد تغيراته بأعيننا، بل نسبح أو نغرق في هذه التغيرات، وهي تستدعي منا أن نتوقف ولو قليلاً لنتأمل محتواها وآلياتها، لعلنا نخرج ببعض الضوء في نفق هذا الطغيان الثقافي الكاسح الجديد.

الفخاخ في ثنايا الصور

حتى الآن لا نستطيع كعرب أن نزعم أننا منتجون في مجتمع المشاهدة، فنحن بكل ما يتدفق علينا من وسائط متعددة عبر منافذ الإنترنت والفضائيات، بما فيها الفضائيات العربية، لسنا إلا مستهلكين، ومن ثم فنحن معرضون للاستلاب، ومن بين الأشياء المرشحة بادئ ذي بدء لأن تُستلب منا تأتي ثقافتنا الممثلة في الشفهي والمكتوب، خاصة أننا أمة تشكل لغتها محور هويتها وتشكل اللغة وعاء المكتوب والشفاهي بين أهلها

وهانحن نرى الأداء اللغوي المتسيب على شاشاتنا العربية، بل الإزاحة المتعمدة للصيغة الجامعة لنا لغويا، صيغة العربية الفصحى، فإذا أضفنا إلى ذلك استهلاك الوقت والجهد الذي كان يمكن ان يذهب بعضه للقراءة أو حتى لتبادل التواصل الشفاهي، لأدركنا خطورة هذه الإزاحة التي تمارسها المشاهدة لتقليص هذا الجزء الحميم من هويتنا في الشفاهي والمكتوب، ولأن هذا الجزء الحميم هو الذي يصنع ويطور الإدراك عبر الممارسة اللغوية، فإن ازاحته لمصلحة زحف الصور إنما تعني فتح الأبواب لصياغة الإدراك العربي تبعا لإرادة القوى المهيمنة على إنتاج طوفان الصور.

وليس هذا إلا مجرد واحد من الفخاخ المبثوثة في ثقافة المشاهدة التي نستهلكها أكثر مما نصنعها، فإضافة إلى الصياغات الماكرة التي تتضمن رسائل بعينها في صياغة الخبر وتقديم المشهد، حتى التسجيلي منه، نرى أن ثقافة المشاهدة المنصبة علينا تروج لنوع من الديمقراطية مزدوجة المعايير، وتخفي وراء الإغراء بإتاحة حرية الحصول على المعلومات نوعا من تقسيم العالم إلى قادرين على مسايرة التقدم التكنولوجي لتحقيق تلك الديمقراطية، وغير قادرين يحتاجون إلى الوصاية عليهم فمجتمع المشاهدة الذي ننخرط نحن فيه كمستهلكين، إنما يمارس علينا تسويق الذات المهيمنة بغرض الإعلاء من شأن هذه الذات على حساب الآخر الذي هو نحن بهدف إخضاعه ومن

الإخضاع ما لا يتم بقوة السلاح، فالإخضاع الثقافي أقل كلفة وأقوى تأثيرا وأبقى على المدى الطويل، لأنه يتغلغل داخل الذات المستهدفة بالغزو حتى يتم إخضاعها دون أن تستشعر قسرًا ولا عنفًا بالمعنيين التقليديين للقسر والعنف بل تتحول هي ذاتها إلى أداة ترويج للأنماط التي أُريد لها أن تكونها من دون وعي أو من دون انتباه

وليس أدل على ذلك من المحاكاة التي تقوم بها معظم مساهماتنا في مجتمع المشاهدة، برامج التسلية، والتوك شو، والمسلسلات التي لا تنتهي والتكريس لكل قيمة خفيفة أو عابرة.

وعلى المستوى الفردي فإن هذه العاصفة من الصور، التي تجتاح الملايين في وقت واحد، بإرادة واختيار من يملك تحريك هذه العاصفة، إنما تحوّل الأفراد أنماطًا، فما يبدو على السطح أنه تجانس يخفي في باطنه خضوعًا يفضي إلى اغتراب عميق لدى الأشخاص نتيجة تصفية خصوصيتهم النفسية والثقافية.

إنها عاصفة حقيقية، وإن تكن من صور، ومكمن جبروتها في قوة هذه الصور التي تستوعب مجمل انتباه الكائن المستقبل لها، الذي إن أردنا له النجاة فسيتحتم علينا أن نطبق أجفاننا قليلا لنفكر في آلية، أو وسائل، للاستفادة من هذه العاصفة، مادمنا لا نملك القدرة على وقفها.

أما من طوق للنجاة؟

إن نقاد الثقافة المرئية يتبنون مواقف مختلفة من تأثيراتها في البشر فبينما يرى البعض فيما يسمونه «الواقع الخائلي الذي تصنعه الصورة، ثورة تكنولوجية لها مردودها الحضاري على الإنسان، يرى آخرون أنها تثير المخاوف مع هذا التوسع الكاسح، الذي يمكن أن يكون غير معقول وغير عقلاني في توسعه، مع

التطور المتسارع لمجتمع المشاهدة واستشراء وسائط نقل وتخزين واستدعاء الصور التي تتعدد مبتكراتها مع كل يوم يمر، بل مع كل ساعة من أعمارنا.

أمام هذا الاختلاف في المواقف النقدية، يجب ألا نتحير، فنحن نريد النجاة، نريد مكانا أكيدا تحت شمس هذا الحاضر الذي تعصف به رياح الصور مادامت هذه الرياح بدأت ولم يعد ممكنا وقفها، بل لا يجوز إيقافها، ونريد أن يكون المكان الذي نشغله تحت هذه الشمس وفي خضم هذه العاصفة، مكانا ملائما لسلامتنا، ولن تكون لنا سلامة إلا بالحفاظ على كل ما هو جيد من هويتنا وفيها من الجيد الكثير، مع تطعيمها بكل ملائم وحتمي من لغة العصر ومنجزاته، فكل منجز عصري هو سلاح ذو حدين، يمكن أن يفيد وأن يضر، فكيف نفيد من هذه العاصفة، ونجعلها هواء صحيًا مجددًا للروح الخاصة بأمتنا؟

أعتقد أن الموقف الأساس من الثقافة المرئية، أو عاصفة الصور، هو أن نحتفظ بسلامة بصيرتنا النقدية، وأن نتساءل عن المغزى من شكل وجوهر ما نستقبله، ونستحضر بشكل دائم أسئلة هويتنا وأصداء تاريخنا ووقائع حاضرنا لعلنا نرى الرسائل المضمرة في كل سيل بصري يجرفنا فنستطيع التشبث ببعض من شواطئ النجاة بل لعلنا نستطيع تفكيك تلك الرسائل لنقرأ فيها ما يضمره لنا الآخرون، إن كان هناك ما يضمرونه، فنتخذ الموقف الصحيح وننجو بلا خسائر أو بأقلها.

وليس هذا الموقف النقدي في مجتمع المشاهدة مطلوبًا منا حيال سيل الصور الوافدة وحدها، بل هو مطلوب أيضًا حيال هبوب الصور التي تأتي من بين أيدينا، فثمة محاكاة ساذجة، وركيكة كثيرًا، تنتفخ بها برامج الفضائيات العربية التي تتخذ من كل ما هو خارج حدود هويتنا نموذجًا، تظنه النموذج الوحيد للعيش المتحضر.

بعد هذه الوقفة النقدية كمستقبلين ومتلقين في مجتمع المشاهدة لابد لنا من الترحيب بالنقاط المضيئة في هذه العاصفة المرئية، فالصورة لم تكن نقمة دائماً، بل كانت نعمة في كثير من المواقف، ولا تزال، فهي صوت من لا صوت لهم في كثير من الأحيان، ورسالة إنسانية بليغة تطوعت التقنيات الحديثة بحملها عمن لم يكن ممكنا لهم أن يرسلوا أي رسائل وهم في غمار الكوارث أو محرقة الحروب، بل هناك ومضات كاشفة لشرفاء ومبدعين في هذا الحقل المرئي شكلت أعمالهم رسائل عدل مضادة لرسائل الهيمنة والتنميط والاستلاب.

ويتبقى أن نلح على أن نزيد من فعلنا في هذا المجتمع الجديد، مجتمع المشاهدة العالمي، مجتمع ثقافة الصورة، نشارك في إنتاجه ونرسل عبره رسائل أحلامنا واحتجاجاتنا وحقوقنا العربية للعالم، ونتبادل مع أهلنا كل ما يدفعنا ويدفعهم للأفضل في عالم مختلف، عالم ثقافة الصور التي لا بد لنا من استثمار جوانبها الحضارية كقيمة مضافة لهويتنا وثقافتنا وإنساننا العربي.

أصناف البرامج الثقافية

في القنوات الفضائية العربية

يعرض التلفزيون، بوصفه وسيلة اتصالية مهمة مواداً ثقافية متنوعة كما يسمح بأساليب وقوالب متعددة للتقديم، سواء كان ذلك مباشرة عن طريق تعريف المشاهد بأحدث الأعمال الأدبية والكتب وإعداد عرض سريع لها وبإقامة الندوات الأدبية والفنية، أو بطريق غير مباشر، يتضمن هذه الأعمال في قالب درامي لقد تطرقنا إلى تعريف البرامج الثقافية وهنا نحاول تصنيفها، رغم تأكيدنا على صعوبة الدقة في ذلك كون العديد من البرامج العامة تحوي مادة ثقافية، وبعض البرامج التي تصنف ثقافية في بعض القنوات الفضائية العربية ومشابهة لها تصنف غير ذلك في قنوات أخرى.

لقد توسعت اليونسكو في نطاق أبحاثها، فأخذت تهتم بالبرامج الإذاعية بشتى أنواعها ومختلف أنساقها ولعل أول الدراسات البرنامجية في هذا الصدد تلك الدراسة المقارنة الشهيرة لأسبوع من برامج الراديو، وأسبوع من برامج التلفزيون ، وهي دراسة أستجابت لها 43 محطة راديو، 26 محطة تلفزيون وكانت اليونسكو في ذلك الوقت (1960) تصنف البرامج إلى الأنواع الآتية الأخبار والترفيه والتثقيف والبرامج الخاصة[1].

أما الدراسات البرنامجية الحديثة التي أجريت في سبعينات القرن العشرين فتقسم البرامج إلى سبعة تصنيفات على النحو التالي:[2]

- البرامج الإخبارية كنشرة الأخبار والتعليقات وبرامج المناسبات والبرامج الخاصة والشؤون العامة والرياضية
- الإعلانات بنوعيها التجارية والإعلامية.
- البرامج التعليمية سواء التعليم الرسمي الخاص بالمدارس أو التعليم غير الرسمي كبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار.
- البرامج الترفيهية وتدخل فيها برامج الموسيقى والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والألغاز والفوازير والألعاب المختلفة.
- البرامج الأدبية والفنية والعلمية، وتشمل الرقص والغناء والموسيقى والمسرح والشعر والنقد والقصص والأدب والعلم.
- البرامج الموجهة للفئات التي تمثل الأقليات الدينية فضلاً عن البرامج الدينية وغيرها .

[1] إبراهيم إمام، الأتجاهات الترفيهية للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 85، السنة 23، سبتمبر 1979م، ص20.
[2] المصدر السابق، ص21.

- البرامج الخاصة بالجماهير النوعية كالمرأة والطفل والشباب وغيرها.

ولا زال هذا التقسيم لبرامج التلفزيون هو السائد، ويشمل القسم الخاص ببرامج الآداب والفنون والعلوم، الموسيقى والرقص، الدراما والشعر والقصة والتقويم النقدي للآداب والفنون، ومواضيع العلوم المختلفة معظم البرامج الثقافية التي تبثها القنوات الفضائية العربية.

أن المواضيع الثقافية التي يمكن إنتاجها ل لتلفزيون عديدة وتشمل مختلف مجالات النشاطات الثقافية ومن هذه المواضيع

- أ برامج الشخصيات أو الأعلام

وهذه البرامج تختص بتقديم مواضيع لها علاقة أو تعرف بالشخصيات المعروفة والمميزة سواء على صعيد التاريخ الإنساني أو العربي أو الإسلامي وبالمتميزين أو المبدعين في مختلف المجالات الحياتي ة، ولهذه البرامج معايير خاصة بها وعلى المخرجين أو معدي ومقدمي هذه البرامج أن يضعوها صوب أعينهم عند إنتاجها

- أن يقدم العلم أو الشخصية مع ما أبدعه وقدمه وأسهم به في ثقافة جيله أو تأثيره على الثقافة الإنسانية كلها، لا أن يقدم بمعزل عن ذلك مما يفقد البرنامج قيمته الثقافية

- من الضروري تسليط الضوء على خصائص العصر والجيل والمحيط الذي عاش فيه ليكون هناك تقدير ومعرفة كافة الظروف السياسية والأجتماعية والثقافية والتيارات الفكرية السائدة آنذاك.

- أبراز وتوضيح مدى تأثر الشخصية بمحيطه المحلي والإقليمي والعالمي، خصوصاً في مجال إبداعه

- أن تنتج المادة في أسلوب ومستوى متوسط الثقافة، أي أن لا تعد فقط للصفوة أو المتخصصين، كي تكون سهلة الاستيعاب والفهم من المشاهد متوسط الثقافة ولتكون فائدتها عامة.

- أن يتم الاهتمام بالإسقاطات المعاصرة للشخصية وإنتاجها، مما يجعل المتلقي يهتم بالشأن المعاصر المشابه

- أن يحاول هكذا برنامج شمول أعلام من فترات زمنية مختلفة، قديمة ومعاصرة أو من مدارس إبداعية مختلفة لتكون الصورة أوضح للمشاهد وليكون أنطباعا متكاملاً عن الموضوع

- يتطلب عدم تناول الشخصية أو العلم بوصفه تراثاً فقط، بل حامل فكر غرف وشرب من فكر من سبقوه وأنه سيؤثر على المستقبل، وأن فكره وإبداعه يجد مكاناً في المدارس الثقافية المعاصرة.

كما يمكن لهذه البرامج الثقافية أن تستعين بفلاسفة ومفكرين وجغرافيين وأدباء مبدعين في كافة المجالات من شعر وقص ة ونقد ونثر ومسرح، وسينمائيين وفنانين تشكيليين وفناني عمارة ومتميزين في المجالات الإبداعية الأخرى

ب- برامج المعالم

وهي البرامج الثقافية التي تختص أو تركز على مواد تتعلق بالآثار والرموز الباقية من الحضارات والثقافات القديمة وكل ما يتعلق بها، منها كآثار الحضارات وما تبقى منها من المعالم الدينية كالمعابد والأديرة والمساجد والمعالم الثقافية كالمدارس القديمة والمنتديا ت والصالونات الثقافية والمعالم التاريخية كالآثار والمدن والقصور والمسارح والحمامات والأقواس والمنشآت العمرانية المختلفة

ح- برامج المعالم الجغرافية

وهي البرام ج التي تهتم بالأنهر والجبال والصحاري والوديان والسهول وما يحيط بها وما مر بها من حضارات وأحداث

-د البرامج التي تعني بالنشاطات الثقافية:

وهي البرام ج التي تعني بالنتاج والنشاط الثقافي كمعارض الكتب، ومشاكل الكتاب والمؤلفين والتوزيع والملكية الأدبية، وأتجاهات القراء نحو الكتب، كما تقدم معلومات عن المهرجانات الثقافية والمعارض الفنية .الخ، ويتطلب إبعادها عن الطابع الإخباري الصرف وأن تقدم بطريقة نوعية

هـ برامج تاريخ الأعمال الإبداعية

وهي البرامج التي تتناول تاريخ المسرح والسينما محليا وعربيا وعالميا، وتعني برواد المسرح والسينما وأهم الممثلين المعاصرين، والبرامج التي تتناول الصحافة ووسائل الإعلام والفنون الإبداعية الأخرى

-و برامج الأديان

وهي البرامج التي تعني بالأديان والتعريف بتاريخها وأصولها ومبادئها وعاداتها وعلاقتها مع الأديان الأخرى

-ز البرامج الثقافية المنوعة

والتي تتناول قضايا مختلفة منها أجتماعية كقضايا المرأة والواقع الأجتماعي والثقافي والتعليمي للمجتمع، ومناقشة القضايا الفكرية، والعادات والتقاليد والفنون الشعبية والأزياء وجني المحاصيل والحياة اليومية في المدينة والريف .الخ

ح- برامج تتناول قضايا معاصرة

كالتراث والمعاصرة، العولمة، حوار الحضارات، الإرهاب، الحروب وأسبابها التطور التكنولوجي ..الخ

أشكال انتاج البرامج الثقافية

تقدم البرامج الثقافية بأساليب أنتاج مختلفة تدعى القوالب أو الأشكال formats والبعض يسميها نماذج، أو إطارات، وشكل أنتاج البرنامج يرتبط بمضمونه، والتوافق بين الشكل والمضمون هو أحد النقاط المهمة لنجاح البرنامج فشكل البرنامج تحدده طبيعة الموضوع، والمستوى الثقافي العام، ونوع المشاهدين بعدها تأتي مسألة أختيار وتحديد الشكل الأمثل الذي يقدم به هذا البرنامج الثقافي أم ذاك، فمن الممكن أن يقدم على شكل عمل درامي أو قالب آخر كالحديث أو الحوار أم المسابقات، أو شكل الندوة أو المجلة التلفزيونية، وغيرها

وهذا يتطلب من القائمين بالإتصال في أعداد البرامج الثقافية أن يقوموا بدراسة فكرة البرنامج دراسة وافية، وتحديد أهدافه وطبيعة جمهوره، وما يريد أن يوصله من مضمون، ومن ثم أختيار أسلوب العرض، بعدها يتم تحديد فترة أستغراق البرنامج وساعات عرضه المناسبة، حسب الجمهور الذي يستهدفه البرنامج وأوقات متابعتهم المتوقعة، وإذا كان البرنامج يستهدف من هم في الجزء الثاني من الكرة الأرضية أو يستهدف جمهوراً يصعب التكهن بأوقات متابعته للقنوات الفضائية، يمكن إعادة بثه بأوقاتٍ مختلفة ليتسنى أعطاء فرصة أكبر لمشاهدة البرنامج من قبل المتلقين

يمكن أن نجد نوعين من القوالب الفنية التلفزيونية لتقديم البرامج الثقافية وهما، القوالب ناقصة النص (Semi-Script Format)، والقوالب كاملة النص (Full- Script Format)[1]

[1] فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد- بيت الحكمة، ط1، 1988، ص168.

◆ أولاً القوالب ناقصة النص

تكون قوالب هذا النوع غير كاملة السيناريو، نظراً لإعتماد الكثير من عناصرها على الحالية أو التلقائية، ولذلك فأن النص لا يض م كل العناصر المؤلفة للبرنامج، كونها غير معروفة على وجه التحديد ساعة إعداد البرنامج من هذه القوالب

القالب الوصفي أو الأستدلالي، Demonstration Format:

يستخدم هذا النوع من البرامج وسائل إيضاح لشرح أو توضيح المادة الثقافية المرا د تناولها، كعرض أفلام أو صور أو أشكال مجسمة، ويتطلب هكذا برنامج مقدما ناجحا ووسائل إيضاح نافعة تساعد بشكل أيجابي على إيصال المضمون إلى المتلقين

قالب المقابلة Interview Format :

هذا القالب مستخدم في معظم البرامج العامة والثقافية، حيث يعتمد على الحوار بين مقدم البرنامج والضيوف، وربما يكون الضيف شخصاً واحداً وعادة ما يكون الديكور بسيطاً والأستوديو يحتاج كامرتين ومعدات إضاءة وأسلوب الحوار هو المتبع هنا والذي يتطلب أن يكون جالباً للانتباه وبطريقة تشجع المشاهدين على المتابعة دون ملل، بل وتشجعهم على الأتصال والمشاركة سواء بطرح الآراء والأفكار أو بطرح الأسئلة على الضيوف، عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أم الفاكس، وأحياناً يتم بث البرنامج مباشرا ومن أماكن عامة خارج الأستديو، هنا تحاول زوايا الكاميرا أن تركز على الضيف، ونجاح هكذا برنامج يعتمد على شخصية مقدم البرنامج وشخصية الضيف والموضوع الثقافي الذي يتناوله وأهميته الآنية للمشاهدين، وهنا يتطلب التنوع في تناول مختلف المواضيع الثقافية وأن لا تقتصر على الأدب فقط مثلاً.

والمقابلة عدة أنواع، منها مقابلة إبداء الآراء في موضوع معين أو قضية تتعلق بالشأن الثقافي، كأن يستضيف البرنامج مختصاً أكاديمياً أو مبدعاً في مجال ثقافي معين أو مفكراً أو من الشخصيات المعروفة على الساحة الثقافية أو حتى من المهتمين بالشأن الثقافي وهناك مقابلة مع شخصيات ثقافية تهم المشاهدين ويحب التعرف عليهم عن قرب عن حياتهم وأعمالهم، وهناك مقابلة المعلومات، التي يحاول خلالها البرنامج أن يتناول معلومات حول موضوع ثقافي معين ويقدمه بشكل بسيط ومفهوم للمشاهدين

وكي يتحقق الهدف الثقافي يجب أن يكون أسلوب الحوار معداً بشكل جيد، يتدرج فيه المضمون الثقافي بيسر وبجاذبية وتسلسل منطقي في الحديث بعيداً عن التفصيلات التي تشتت أنتباه الجمهور -المشاهدين-، بعبارة أخرى يجب أن يكون الإعداد جيدا من حيث تسلسل الأفكار المطروحة وجودة الأسلوب بحيث تتوفر فيه الجاذبية والتركيز والمتعة

قالب الندوة أو الطاولة المستديرة Gust. Panel Format :

هذا النوع يعتمد الحوار، أو ندوة بين عدة أشخاص تدور حول موضوع أشكالي، تختلف حوله الآراء ووجهات النظر، ومن الأفضل أن لا يكون هناك استطراد في النقاش يشتت محور الموضوع المطروح بل أن يعمل على إثارة تفكير المشاهد، كما يتوجب بمن يدير الحوار أو الندوة أن يتمتع بالحيادية والموضوعية وأن يقدم البرنامج بشكل مناسب

قالب المسابقات Contest Format :

وهو نوع من البرامج يستهدف مشاركة الجمهور وجذبهم لفقرات البرنامج، وحققت العديد من برامج المسابقات نجاحات وشعبية كبيرة، والذي يمكن أن يكون أسلوباً ناجحاً لتقديم مادة ثقافية فيما لو أبتعد عن السطحية

والتسلية البسيطة، كما ازدادت نسبة المشاركين بهذه البرامج عن بعد من خلال وسائل الاتصال الحديثة، كما أن أساليب إخراجها وتقديمها أصبحت أكثر جاذبية

قالب الفيلم ومقدم البرنامج Ceremonies Format:

ويتميز هذا القالب التلفزيوني بالمرونة في إرضاء أذواق الجمهور، ذلك أنه يستطيع أن يتضمن أفلاماً متنوعة، مثل أفلام الرحلات، الأفلام العلمية الأفلام التاريخية، كما يتضمن أفلام الرسوم المتحركة وإذا كان يقع على عاتق المعد لبرامج هذا القالب مسؤولية أنتقاء الأفلام وفقاً لموضوع الحلقة وإعداد الشرح اللازم لها وكتابة فقرات الربط بين الأفلام، فأن مسؤولية المذيع هو أن يقوم بربط موضوع الأفلام المعروضة ببعضها البعض من أجل تحقيق الوحدة الموضوعية في البرنامج الثقافي[1] ويعتمد هذا القالب على عنصرين أساسيين هما طبيعة الفلم وشخصية المقدم له

قالب المجلة التلفزيونية T.V. Magazine Format :

وهذا القالب أصبح شائعاً في معظم القنوات الفضائية والمحلية وتكاد لا تخلو برامج قناة عربية منه، وهو يستخدم الشكل الصحفي ولكن بوسيلة اتصالية أخرى، وهذا يسمح بتقديم قدر أكبر من المعلومات الثقافية في أسلوب جذاب، ويكون دور المعد هنا هو التعليق على الأفلام أو والعناوين والربط بين الفقرات، ويفضل أن يقوم بالحوار عدد من المقدمين تحقيقاً للتنوع في المجلة.[1]

شكل المنوعات Variety Format:

[1] سهير جاد- سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999م، ص139.

[1] سهير جاد – سامية أحمد، مصدر سابق، البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999 ص 141.

وهو من الأشكال المرغوبة والمطلوبة والمقربة إلى المشاهدين، ففيه تنوع وحيوية، وفنون مختلفة، من موسيقى وغناء وأستعراضات ومشاهد ومواقف ضاحكة ودرامية، كما من الممكن أن يعرض نتاجات أدبية، وطرح أفكار ومواد ثقافية متنوعة، من أجل أعطاء ذوق فني وإحساس جمالي، بعيداً عن أسلوب التسلية الرخيص والترفيه الهابط، لذلك يراعى في إعداد وإخراج هذا القالب التلفزيوني ما يلي:[2]

- العناية في أختيار من يقف أمام الكاميرا سواء كان مقدماً للبرامج أم مطرباً أم موسيقياً، أم أديبا أم غيرهم ممن يؤدي أحدى الفقرات
- كما يتطلب من المخرج أن ينوع في طريقة إخراجه لكل فقرة من فقرات البرنامج، كي تجذب المشاهدين، وأن لا يتحدد بأسلوب إخراجي واحد مما يبعث الملل لدى المشاهدين.
- كما يحتاج إلى الدقة في توزيع وترتيب الفقرات وفق أسس علمية دقيقة وليس عشوائية.
- ضرورة مراعاة السرعة في تقديم الفقرات، بحيث تعتمد على عدد من اللقطات السريعة
- الاستفادة من إمكانيات الإضاءة والديكور وحركة الكاميرا وتوظيفها بشكل جذاب.
- الربط الجيد بين الفقرات المختلفة وبدون خلل أو تعارض.

[2] فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد- بيت الحكمة، 1988، ط1، ص 175.

- الأختيار السليم لمقدم أو مقدمة الفقرات والبرنامج بشكل عام ممن لهم مواهب فنية وقدرات ثقافية، وشخصيات جذابة بلباقتها وبشاشتها وخفة دمها ورخامة صوتها .

قالب البرامج التسجيلية Documentary Format:

البرنامج التسجيلي يقوم على الحقيقة دون أن يكون واقعياً بالضرورة غالباً ما تحتوي البرامج التسجيلية مواد إعلامية وتثقيفية وتعليمية، وتمثل جزءاً مهما من برامج التلفزيون، ويمكن تقديم موضوع ثقافي معين بأستخدام أفضل الأساليب الفنية التي تسمح بتحليل وشرح وعرض جميع عناصر الموضو ع ويعتمد البرنامج التسجيلي على الأفلام الصامتة أو الناطقة، والمقابلات والتعليقات وكذلك المشاهد الدرامية، وأشكال مختلفة من وسائل الإيضاح

والبرامج التسجيلية قد تعتمد على الأفلام التاريخية التسجيلية التي تعرض الشخصيات والمواقف التاريخية في صور درامية ممثلة، وغيرها من الأفلام

برامج الباليه:

الهدف الأساسي لهذا الشكل هو رفع التذوق الفني والجمالي من خلال ربط الحركة بالموسيقى والضوء والفضاء لتقديم مشاهد فنية وجمالية وعروض الباليه في التلفزيون تتيح للمشاهد ميزات متعددة لا يحصل عليها المشاهد حتى في المسرح، إذ تتيح الكاميرا فرصة أكبر للمشاهد لرؤية مختلف الحركات بوضوح أكثر مما لو كان في المسرح.

البرامج الموسيقية

يمكن أن تتناول قوالب معينة من البرامج الثقافية، الموسيقى والثقافة الموسيقية على شكل محاضرات أو شروح أو توضيح، مما يساعد على تطوير التذوق الفني والحس الجمالي لدى المشاهدين

- **ثانياً القوالب كاملة النص**

(وهي البرامج الدرامية التي تعتمد رواية أو قصة كاملة لها بداية ووسط ونهاية، وكل العناصر فيها معروفة لكاتب النص التلفزيوني، ويمكنه أن يضمنها النص بكل التفاصيل، فيكون النص التلفزيوني هنا بمثابة إعادة صياغة للقصة في القالب التلفزيوني، أي ترجمتها وسردها على المشاهدين بواسطة الصور والأصوات).[1]

القالب الدرامي من القوالب الجذابة لمعالجة بعض المشاكل والقضايا الثقافية، مثل مشاكل البيئة والجوانب الاجتماعية والمشاكل العامة، كما يمكن أن يكون هذا القالب جزءاً أو فقرة من فقرات البرامج الثقافية، من أجل إغنائها، خصوصاً عندما يتناول البرنامج أحد أعلام الفكر أو الثقافة

تتواجد في معظم القنوات الفضائية العربية جهة مختصة بالبرامج الدورية وتقع تحت مسؤوليتها البرامج الثقافية وقد يسمى مديراً للبرامج الثقافية أو الشعبة الثقافية أو القسم الثقافي وتمارس عدة مهام منها

- الإشراف على البرامج الثقافية الدورية
- أقتراح البرامج والتحقيقات والأستطلاعات لإدراجها في الدورات البرامجية.
- إعداد البرامج الثقافية الخاصة والعمل على تنفيذها.
- أجراء الأستطلاعات والتحقيقات حول مواضيع محددة.

الخلاصة:

يمكن القول أن القنوات الفضائية العربية تستخدم اليوم معظم القوالب الفنية الممكنة في أنتاج وتقديم البرامج الثقافية والدراسة الميدانية الوصفية في

[1] كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون ، جدة، دار الشروق، 1987م، ص92.

البحث ستؤكد هذا الأستنتاج البعض القليل من هذه البرامج الثقافية قد نجح في تقديم قوالب بالشكل المناسب، مع قائمين بالاتصال يمتلكون الكفاءة وذوي مهارة وخبرة جيدة بينما نجد العديد من البرامج الثقافية التي لا زالت دون مستوى الطموح

البرامج الثقافية كمادة إعلامية

يمكن أعتبار وظيفة التثقيف من أهم المهام التي تؤديها وسائل الإعلام، وبالذات التلفزيون حيث يقدم المعلومات والأفكار والمواد الثقافية على أختلافها، و التلفزيون في ظل البث الفضائي، كما أكدنا أصبح يعتبر مادة ثقافية بحد ذاته، كما أن البرامج الثقافية في التلفزيون تسعى إلى لتطوير وتكامل المجتمع وتثبيت قيمه والعمل على صيانتها عن طريق توسيع مجال المشاركة والمناقشة وتقارب الأفكار وتبسيط الأمور، ودراسة البرامج الثقافية في القنوات الفضائية تقوم على أساس من فهم خصائص التلفزيون كونه أكثر أدوات التثقيف فعالية، وهو كوسيلة جماهيرية تزود المجتمع بالزاد الثقافي والفني والاجتماعي من خلال البرامج الهادفة إلى تغيير أو تعديل السلوك وتنمية وتكوين الذوق الجمالي والفني والحضاري وتحقيق التكامل الثقافي

أن عصرنا اليوم يمتاز بكونه عصر التواصل الثقافي، بأعتبار أن الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة وهو مصدر تكوينها، وأحد عوامل أكتسابها كما يساعد التلفزيون على نشر الثقافة والتعبير عنها، واليوم أصبح التكامل بين الثقافة والإعلام أشد وضوحاً، (ويجمع خبراء الثقافة والإعلام على أن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دوراً حاسماً في المجال الثقافي باعتبارها الناقل الأساسي للثقافة، وباعتبارها أدوات ثقافية تدعم المواقف وتؤثر فيها، وتلعب دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية، وتحقيق ديمقراطية الثقافة حيث تشكل بالنسبة للملايين الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وعلى كافة أشكال التعبير

الخلاق، كما تستطيع وسائل الإعلام - ومن بينها التلفزيون أن تسهم في إعادة صياغة البناء الثقافي للمجتمع)[1].

أن مضمون البرامج الثقافية في القنوات الفضائية يعتبر وسيلة أتصالية وقد ثبت أهميتها وفعاليتها في التوجيه والتأثير على الجماهير، ولم تعد مجرد ترفاً فقط، بل غدت بعض البرامج الثقافية ذات حضور فعال وتحظى بمتابعة الجمهور لجودة المضمون أو أسلوب تقديمه ، فالمادة الإعلامية تتطلب أن تجيب على أسئلة الاتصال الستة، وتتحقق في البرامج الثقافية تلك المتطلبات، حيث تقوم علاقة الاتصال على الدافع الكامن عند المرسل وهم القائمون بالاتصال في هذه البرامج من معدين ومقدمين ومخرجين وسواهم والذين لديهم رغبة أو موضوع أو مادة أو يحاولون توجيه "رسالة ما إلى "المرسل إليه والمشاهد هنا أي المتلقي أو المرسل أليه والرسالة هي مضمون البرنامج الثقافي ، فالسؤال"مَن يتعلق بطبيعة المنتج الإعلامي، أي من هو صاحب الرسالة هل هو فرد أم جماعة وما هي طبيعة هذا المرسل ورغباته وما هي الظروف المحيطة به، أما السؤال الثاني والثالث "متى" و أين"، فيتعلق بوقت ومكان عرض البرنامج وماذا وأين يعرض البرنامج من مواد لها توابع زمنية ومكانية، كأن يكون عرض أو تقييم أو نقد مواد ثقافية قديمة أم حديثة أم مهرجانات وفي أماكن محددة، و السؤال "ماذا فأنه يتعلق بدراسة مضمون الأفكار التي يحتويها البرنامج الثقافي والأتجاهات التي يريدها من خلال خطابه وعرضه له ضمن البرنامج، والسؤال "لمن وهو الذي يحدد المرسل أليه ولمن يتوجه البرنامج الثقافي وخطابه، فالشريحة المستهدفة يمكن أن تحدد السؤال الاتصالي لمن، أما السؤال كيف ، فهو يهتم بنوع الرسالة، هل هي كلمات أو صوت على شكل حوار أم صور أو أفلام، وغيرها من القوالب الاتصالية الأخرى والتي يمكن أن تقدم للجمهور، أما سؤال الغاية أم

[1] سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة-، 1987م، ص15.

الهدف وتحديد الهدف هنا من الصعب تحديده بشكل مباشر، كونه يتعلق بعدة عوامل والظروف المحيطة بكل مجتمع، أما سؤال النتيجة فهو الآخر يرتبط بأفق التوقع ومدى تأثير البرنامج الثقافي على الجمهور المتلقي، والأمر يتعلق بمدى التقبل والقدرة على التوصيل

لقد كانت مهمة التنشئة الاجتماعية إلى وقت قريب، من مهام العائلة والمدرسة، أما اليوم وبفعل التحول الجذري الذي طرأ على وسائل الاتصال كمفاهيم وأجهزة وبالذات التلفزيون، حيث أمتدت إلى أن تلعب دوراً أساسياً في آليات التبليغ والتأثير الأجتماعي، فالمشاهد هنا كالقارئ، وثقافة المشاهدة للتلفزيون تتيح أمكانيات لتطوير ثقافة الفرد كونها ثقافة متعددة المصادر والأتجاهات والمواقع، ولها مضامين متنوعة وشاملة، حيث يمكنه الإختيار بين ما يعرض، والمحصول المعرفي له تأثيرات متعددة أجتماعية وثقافية ونفسية، ويذهب الباحثون في الإعلام إلى (أن الراديو والتلفزيون أصبحا من أقوى الوسائل الإعلامية وأكثرها تأثيراً على الجمهور.)[1]

ثقافة الصورة

أن مصطلح "ثقافة الصورة من المصطلحات الجديدة في مجالات التناول الثقافي المعاصر فالصورة تتميز بقدرات فائقة وبالتالي ميزات خاصة، و تعتبر من أهم وأقدر الوسائل على الإقناع

[1] جيهان رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م، ص ح من المقدمة.

عرفت البشرية الصورة منذ آلاف السنين، حيث وجدت العديد من المنقوشات والحفر على جدران الكهوف التي كان يأوي أليها الإنسان، وتطور الأمر حتى توصل إلى القلم والفرشاة والورقة أو الجدران والحجر وسواها (وكانت الصور المرسومة يدوياً تؤدي لإنسان ذلك الزمان ثلاث وظائف أساسية هي:[1]

- تسجيل مظاهر الحياة وظواهرها
- التعبير عن معاني وأحاسيس لم يختبرها الإنسان في واقعه المادي، ولكنه تصورها أو سمع عنها وتأثر بها من خلال توارث الثقافات البشرية.
- ج توضيح معاني الكلمات، ولاسيما للكلمات الجديدة على السامع أو القارئ.
- وتتم قراءة الصورة على ثلاثة مستويات هي
- المستوى الأول هو مستوى الكليات، ويحيط فيه الإنسان بمحتويات الصورة بشكل عام
- المستوى الثاني هو مستوى الجزئيات، يحاول فيه الإنسان تبين ملامح أجزاء الصورة وصفات كل جزء منها.
- المستوى الثالث وفيه يحاول الإنسان تفسير الصورة وتأويلها
- فبعد النطق والكلام الشفاهي في بداية عصر البشرية، ومن ثم اللغات والكتابة والتدوين كأساليب اتصالية، كانت اللغة وبالذات الأدب هو ما يعكس صور الواقع ، وقد أبدع بعض الأدباء في تصويرهم للواقع بشاعرية فذة وموهبة خلاقة بثت الحياة في الجماد بدلاً من تجميد الحياة، ولم يقتصر ذلك على الشعر بل حتى الرواية أو غير ذلك من النتاجات الأدبية، والأمثلة كثيرة في الأدب العربي من أدب المعلقات إلى النتاجات الحالية، ولا يعني هذا أن دور الكلمة

[1] محمود سامي عطا الله، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1977م، ص14.

والأدب قد أنتهى في هذا المضمار، بل قد تحتاج الصورة إلى الكلمة، ولكن دائماً نقوّل دع الصورة تتكلم، أو دع الصور تتكلم لما للصورة من قدرة على التعبير، لا شك بأن تأثير الصورة يفوق تأثير الكلمة لوحدها وهي التي تدوم في المخيلة لمدة أطول نتذكرها متأثرين بها، يعرّف إدوار هريو بأن (الثقافة هي ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شي) [1]، فإن الصورة هي التي تبقى في الذاكرة، فقد ينسى احدنا كتاباً قراه قبل فترة، ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهداً بصرياً، أو صوراً خصوصاً لو أنها كانت تملك جرعة عالية من الجاذبية والدهشة

ولتعريف الصورة وأنواعها الصورة تعنى "محاكاة" وهي في المجال السيكولوجي مترادفة مع "التشابه" "النسخ" "إعادة الإنتاج" وفى العربية تعنى "هيئة الفعل" "الأمر وصفته

للصورة أنواع متعددة (حصرها د.شاكر عبدالحميد في كتابه "عصر الصورة"، سلسلة "عالم المعرفة،الكويت، 2005م) "الصورة البصريّة وهى الملموسة للعيان والصورة "بوصفها تعبيرا عن التمثيل العقلي للخبرة الحسية" حيث يتشكل الوعي بالصورة و"الصورة الذهنيّة وهى ليست حرفية أو مماثلة للصورة الحسية بل درجة أعلى ثم الصورة "التي تشير إلى المؤسسات أو الأفراد أو الشعوب مثل صورة الشعب الصيني وملامحه وصور "عناصر الحلم والتخيّل كما أن هناك "الصورة اللاحقة التي تتشكل عند حاسة الإبصار بعد منبه حسي على العين أما "الصورة الارتساميّة فهي نوع من الصور الشبيهة بالإدراك ثم "صور الذاكرة التي تعد نوعا من التفكير المألوف لنا في عمليات التفكير

أما الصورة الرقمية المولدة بالكمبيوتر فقد أدت إلى تحولات جذرية في الثقافة الإنسانية نظرا لدورها كمعلومة مع سهولة الحصول عليها والتعامل

---

[1] لويس دوللو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993، ص67

معها ثم تخزينها وإنزالها من شواهد تلك المتغيرات أن فقدت الصور الزيتية كونها صور فريدة ووحيدة وفقدت الصور الضوئية التي ترصد لحظة ما بآلات التصوير الضوئية كونها تعبيرا ذكيا لصانعها بينما في المقابل لعبت الصور الرقمية دورها في الاحتفاظ بوظائف الصورة التقليدية والمتاحة سلفا مع دورها المعلم لكونها ذات شكل معلوماتي محملة بها تلك المعلوماتية التي اعتبرها "بل جيتش حين سأله أحدهم عن ثروته التي تتعاظم فقال "أن ثروتي بسبب المعلومات المتاحة في شبكة الانترنت وليس بسبب التقنية ذاتها

وصور "الواقع الافتراضي" مصطلح قال به العالم "جاردن لانير" حيث يشعر مستخدمو الكمبيوتر أنهم يعايشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليقها بالصورة والصوت واللون والخط وغيرها من الأنظمة الخاصة بالكمبيوتر.)[1]

خصائص الصورة التلفزيونية

أفرز التطور العديد من الأساليب التي تتعامل مع الصورة وصولا إلى عصر الكاميرا والتلفزيون اليوم، وأن فهم الصورة وإدراك ما ترتجيه، يتعلق بثقافة الفرد ومدى إطلاعه على الحضارات البشرية وإبداعات فنانيها، وللصورة مكونات وتأثيرات عديدة، فهي مثير بصري فعال، خصوصا اليوم في عصر الصورة المتحركة وفي التلفزيون ، حيث أكتسبت خصائص جديدة جعلتها متميزة التأثير، ويمكن الإشارة إلى بعض التأثرات للصورة منها

التأثيرات النفسية والتربوية للصورة

أن أنجذاب المتلقي تجاه المادة المعروضة بفعل التأثيرات النفسية للصورة كونها تنقل الواقع بأشكال صور خيالية وذات سمات ساحرة جذابة، كما يقول

[1] السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الالكترونية" ، الصورة وواقع الأدب الافتراضي ، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن- عمان،2007م

أرسطو (إن التفكير مستحيل من دون صور) [1]، لقد كان الأدب هو الذي يقوم بتلك المهمة طيلة القرون الماضية فكان هو مقياس ثقافات الأمم ويعكس واقعها الأجتماعي وتاريخها، ولازال الأدب في بعض الشعوب هو الأكثر شعبية ولكن هذا الدور بدأ ينحسر بعد أختراع الصورة المتحركة كوسيلة للتعبير سواء في السينما أو التلفزيون ، خصوصاً بعد أنتشار القنوات الفضائية ، حيث لم تعد الصور حكراً على دولة أو أمة، (لقد عمت الصورة البشرية كلها وتساوت العيون في رؤية المادة المصورة مبثوثة على البشر كل البشر دون رقيب أو وسيط هذا تغير جذري من الكلمة المدونة التي هي روح الأدب وعنوان الثقافة الأصيلة، إلى الصورة التلفزيونية التي هي لغة من نوع جديد وخطاب حديث له صفة المفاجأة والمباغتة والتلقائية مع السرعة الشديدة ومع قوة المؤثرات المصاحبة وحدية الإرسال وقربه الشديد حتى لكأنك في الحدث المصور من دون حواجز) [2]، من هذا الحديث يمكن أن نستنتج أهمية الصورة في العصر الراهن قياساً بالأدب، ومما جاء في المثل الصيني (الصورة تساوي ألف كلمة)[3].

أن ثقافة الصورة أمست اليوم علامة على التغيير الحديث وهي أيضاً السبب فيه، لذا أهتم الجميع بها، فالنقد الثقافي يعتني اليوم بثقافة الصورة والجامعات والمؤسسات العلمية والإعلامية خصصت حيزاً كبيراً لدراستها والصورة كوسيلة إعلامية لم تعد على حد قول مارشال مكلوهان المشهور الوسيلة هي الرسالة"، بل لقد تجاوزت لتكون هي الرسالة والمرسل أيضاً، مما يستدعي إعادة التقييم للنموذج الأتصالي، فالصورة المتحركة المباشرة أختزلت العناصر التي كنا نتحدث عنها طيلة عقود، وأصبح هنالك تداخل كبير بين

---

(1) أفلاطون -فلسفته وآراءه في المدينة الفاضلة مطبعة بيروت 1970 ص98 لبنان

(2) عبد الله الغذامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، ط2 2005مص24

(3) أمثال صينية، جمع مكتبة المتنبي، 1975 ص65 العراق

العناصر الثلاثة، حقاً أن الصورة ليست وليدة اليوم، إلا أن أهميتها ازدادت بشكل كبير في العصر الحديث، فالحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون صور، وهذا ما أكده رأي الناقد الفرنسي (رولان بارت) حيث يقول :(إننا نعيش في حضارة الصورة)[1]، لقد جعلت الصورة بشكلها في القنوات الفضائية الإنسان في مواجهة مباشرة مع الحدث،

أن ثقافة الصورة هي ثقافة مفروضة علينا، تقتحم بيوتنا وتؤثر على ثقافتنا و أفكارنا وليس لنا سيطرة عليها فه ي قابلة للتكرار ومن خلال هذه العملية يحدث نوع من الأهمية والتأثير ومن ثم التفاعل، كما إن التغذية المرتدة مطلوبة من الآخرين كما تفعل العديد من البرامج الثقافية على التنميط الثقافي الذي يعني إنتاج نمط ثقافي واحد وفق إرادة المنتج المهيمن بالتعاون مع المخرج والمعد والمقدم، ويكون ذلك عبر أحتكار وسائل الاتصال والسيطرة المختلفة كالتقنية والمعلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات، أن لسحر الصورة مكانتها المثيرة والسحرية في نفوس الآخرين

ويتطلب الأنتباه إلى ذلك ومتابعة أثرها على ثقافة المجتمع والتربية وعلى نفسية المتلقي، فالعديد من البرامج خصوصاً برامج البث المباشر، ممكن أن تكون ذات تأثير ثقافي كبير خصوصاً على الفئات التي تعاني من النسيان والتهميش الأجتماعي وتشاهد التلفزيون بكثرة، فتحتاج إلى من يأخذ بيدها وينتبه لها.

أن ثقافة الصورة هي ثقافة المستقبل والتي لا يمكن لرقيب أن يمنعها كما أنها تنشر كل الثقافات ولكن تبقى ثقافة الأقوى، "المالك لهذه التقنية والمتحكم بها ومعظم ثقافات الأمم باتت تواجه اليوم، أقتحام البرامج المعولمة بالصورة

[1] رولان بارت، الصورة التأثير الإعلامي ، ترجمة عبد الجبار الغضبان، مطبعة الثورة -اليمن 2001

والصوت من الخارج، لتحل بديلاً عن البرامج المحلية التي تخلق الرتابة والملل لتأتي من خلال البرامج الثقافية وغيرها والتي تتخذ التسلية والمرح رسالة لها كهدف ظاهر ولتمرير ثقافات هادفة كهدف مبطن

أن ثقافة الصورة بأشكالها المتعددة وأخطرها القنوات الفضائية تلعب ولعبت دورا أساسياً في تشكيل وعي الإنسان المعاصر بأشكال ايجابية حينا وأشكال سلبية حيناً آخر

التأثيرات الاجتماعية والسياسي لثقافة الصورة

أن ثقافة الصورة وتأثيراتها دخلت كل مجالات الحياة البشرية، فقد كسرت الصورة حاجز التلقي لدى الأميين وأصبح بإمكانهم مشاهدة ومتابعة ما تعرضه الفضائيات، ولن يعد ذلك حكراً على الأغنياء، بل تتوفر اليوم أجهزة الأستلام وبأسعار زهيدة بأمكان معظم الناس اقتنائها، كما يشاهد الفضائيات الصغير والكبير، مما يعني سعة تأثيرها، فاليوم لا يحتاج المتلقي إلى معرفة اللغة أو امتلاكه مستوى وعي ثقافي معين لمتابعة المواد عبر التلفزيون، فقد راح عصر النخبة، رغم أنها لم تفقد دورها القيادي، فهي التي عليها أن ترسم وتخطط

وبدون ذلك سنفقد البوصلة، (إن الصورة عبر وسائل الاتصال الحديثة قد قلبت تماما دور المجتمع عامة والأسرة خاصة وأغتصبت الذات وانتهكت الحرمات الخصوصية علنا جهارا نهارا ودون أية علامات استفهام لهذا الواقع الذي يعرض علينا ومساءلة علاقته بالواقع الذي نعيشه. نحن بأمس الحاجة إلى تلفزيون عربي ذي برامج تساعد على التنشئة الاجتماعية والتربوية لأجل تربية الناشئة العربية على الالتزام وان نبتعد عن التطبيع والانكشاف حيث

القبول بكشف كل عوراتنا وإنهاء هذه الظواهر الناشئة عن تأثير وسائل الاتصال الحديثة كالتحوّل في القيم والتطبيع مع العنف والخنوع والإذلال)[1] .

أن الحديث عن القنوات الفضائية يجرنا إلى الحديث عن الانعكاسات السلبية لها، وكثيرا ما ننسى أن هذه الثورة قد شجعت القطاعات الثقافية على النموّ بما قلّص من المسافات بين الشعوب والمجموعات ولعبت دوراً في تربية الأفراد وتنمية قدراتهم ومداركهم ومعارفهم، كما لعبت دورا في ديناميكية المجتمع (فلسنا وحدنا من سوف تقع عليه هذه التحولات، فالمجتمعات جميعها في مرحلة ثقافة الصورة هي الغازية والمغزوة في اللحظة ذاتها) [2] بأختصار لقد دخلت الصورة في صميم التكوين النفسي والعقلي للمجتمع كما أن للصورة تأثيرات فكرية واقتصادية ناهيك عن الثقافية

يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري استناداً إلى خلاصة ما توصلت إليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري:[3]

1 . **المؤالفة Socialization**: حيث يسهم الإعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار اجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته

2 . **السيطرة الاجتماعية** Social Control ويلعب الإعلام بطريقة ما في إعادة إنتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية

---

[1] باسم محمد ولي ، علم النفس الاجتماعي 2004م، دار الثقافة، عمان الأردن، ص 431 .

[2] محمد جاسم ولي، الصورة وتاثيراتها النفسية ، والتربوية ، والاجتماعية، والسياسية، جامعة بغداد – مركز البحوث التربوية والنفسية، بحث مقدم لجامعة فيلادلفيا الأردن -عمان، ص 13.

[3] فؤاد إبراهيم، ثقافة الصورة التحدي والاستجابة، وعي الصورة صورة الوعي، بحث مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن عمان، 2007م، ص 22.

3 . إعداد الأجندة Agenda Setting وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة أن الإعلام عموماً والمرئي منه خصوصاً يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الاهتمام

4 . المخاوف الأخلاقية Moral Panics وهي تأثيرات نابعة من كون الإعلام ممثلاً لجماعة فرعية أو ثقافة فرعية بوصفها خطرة أو شاذة

5 . التبدّل السلوكي Changing Attitude ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبئة الفاضحة أو كنتيجة للتناوب الناجح Successful Alteration بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة

كما يمكن الإشارة إلى بعض الملامح الناتجة عن التطورات التكنولوجية في عصر الصورة تلك التي يراها البعض منها ما يعد من سلبيات الصورة

سلبيات الصورة:[1]

للصورة أهميتها التربوية والتعليمية وفى عالم الاتصال الإعلام والإعلان والفنون السمعية البصرية ومع ذلك فالسلبيات عديدة ولافتة

- هيمنة الواقع الافتراضي مما قد يؤدى إلى الإدمان كما في حالة بعض الألعاب المسلية
- هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار والاستعراض على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق حيث تتحول الصورة إلى واقع بدلا عن أن تعكس الواقع

---

(1) السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الالكترونية" ، الصورة وواقع الأدب الافتراضي ، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن- عمان،2007م،ص4.

- هيمنة الصورة في حالتها السلبية يعد معاكساً للإبداع وما أحوجنا إليه في حياتنا اليومية وذلك نظرا لهيمنة ثقافة الكثرة والنقل والمحاكاة عن غيرنا
- هيمنة ثقافة صناعة النجوم وما يستتبعها من أساليب غير أخلاقية
- توليد حالة من الإجبار العقلي أو "غسيل المخ" بعض الأنظمة يمكنها توليد الأثر النفسي الفاعل (على الجانب الآخر استخدمه الأطباء النفسيين في العلاج من الفوبيا أو الخوف اللا ارادى)
- ما يعرف بجرائم الصورة (جرائم الانترنت) وهى تقوم على الخداع واستخدام الصور المزيفة أو حتى الحقيقية للإيقاع بالضحية
- وقد نخلص إلى أن "ثقافة الصوّرة التي تقوم في جوهرها على الجديد والخيال وتنشيط الإبداع تحولت إلى تخوف من هيمنة ثقافة التكرار واللا إبداع.

ثقافة الصورة التحدي والاستجابة

تطرح الثورة الاتصالية بتمظهراتها الثقافية والمعرفية أسئلة مصيرية من قبيل هل حقاً نجحت الصورة في وأد الكلمة؟ وهل تبدّلت وسائل صنع الوعي؟ وهل فعلاً بدأت لحظة إعداد بيان نعي موت الثقافة؟. هذه الاسئلة ومثيلاتها تكتسب أهمية خاصة كونها تضعنا أمام أشد التحديات صعوبة، تلك المتصّلة بتكوين الوعي

التطور التاريخى للصورة

تعرّف الإغريق على المبادىء الأساسية لصناعة الصورة، وفي قرون لاحقة عكف العالم العربي الحسن بن الهيثم على تحقيق حلم إنتاج الصورة حين جرّب انعكاس الضوء بالصور المقلوبة داخل صندوق مظلم، ولكن لم يتم تجسيد الحلم إلا في بدايات القرن التاسع عشر، حيث أثمرت الجهود في ضبط التخيّلات عن طريق وسائل ميكانيكية وفي العام 1822 أجرى الفرنسي نيسيفور نابيس أول تجربة تصوير، وتم التقاط أول صورة فوتوغرافية في صيف العام 1827، من قبل

ضابط متقاعد في الجيش الفرنسي، أطلق عليها (هيليوغراف) أي (صورة شمسية)، إستغرق تظهيرها ثماني ساعات

ولم تبدأ الصورة من الناحية الواقعية إلا سنة 1839، حين سمع العالم عن شيء ما مهول فقد اخترع لويس داغر طريقة تحميض الصورة الثابتة الملساء على لوح فضي، إستغرق تظهيرها نصف الساعة وفي العام نفسه، أعلنت الأكاديمية العلمية الفرنسية هذا الاختراع العلمي، حيث اعتبر هذا العام تاريخاً لاكتشاف فن التصوير الطباعي وفي العام التالي، إكتشف الإنجليزي وليام تالبوت آلية الحصول على صورة مثبّتة على ورق تصوير، وكان هذا الإكتشاف خطوة هامة باتجاه عملية الايجابي ـ سلبي (تصوير سلبي ـ نيجاتيف) وفي العام 1846 اقام الألماني كارل تسايس في مدينة (إيانا) أول مصنع للبصريات وتكنولوجيا التصوير وفي العام 1888 قام جورج إيستمان (1854 . 1932) بتجهيز (لفّة) بين المنتوجات الفوتوغرافية، عرفت بإسم فيلم سيلولود، وفي سنة 1895 بدا تاريخ جديد للصورة، مع ظهور أول صورة متحركة، أطلق عليها ريجيس دوبريه الصورة السائلة

وكان المصوّر ادوارد موي بريدج (1830 . 1904) البريطاني الأصل قد تم اختباره من قبل حاكم كاليفورنيا لالتقاط صور متحركة لسباق الخيل المفضل، حيث تم اللقاء مع توماس أديسون (1847 . 1931) مخترع الفونوغراف، وقد تأثر بريدج به، فاخترع فيما بعد (زوبراكسكوب)، والذي مهّد في وقت لاحق لإنتاج أفلام سينمائية بوتيرة متسارعة

في 9 أكتوبر سنة 1934 تمكّن مصوّر فرنسي من التقاط صورة أحد الوطنيين وهو يطلق الرصاص على الملك اسكندر ملك يوغسلافيا في مرسيليا، فأدى الى مقتله ومقتل رئيس الجمهورية الفرنسية، ثم بعث رجل الكاميرا بالصورة من مرسيليا الى باريس، واستطاع القراء أن يشاهدوا الصورة في شوارع

باريس على الصفحة الأولى بعد 43 دقيقة من مصرع الملك وكان هذا الرقم القياسي في سرعة التقاط الصورة وتحميض الفيلم وطبعه وبثه بالتلفون ثم تحويل الصورة الى كليشيه وطبعها في الجريدة، هي حالة فريدة من نوعها حينذاك

على أن تلك القصة رغم كونها مازالت تحتفظ بقدر كبير من الإثارة ولكن ثورة الإتصالات الكبرى الحاصلة في العالم قللت كثيراً من شان تلك المغامرات النادرة بالوسائل البدائية، لكثرة البدائل التقنية المعقدة التي تقوم مقام طاقم كبير من الموظّفين ففي العقد السادس من القرن العشرين حصل التحول الدراماتيكي في التقانة الإعلامية، مع انطلاق أول قمر صناعي من الولايات المتحدة في العام 1962، وكان يحتوي على شبكة إتصالات ضخمة عرفت باسم (Telestar)، يتجاوز إرساله حدود الولايات المتحدة ليغطي قارات العالم تقريباً، بعد إدخال جملة من التحسينات والتعديلات الفنية العام 1964.

الثورة التقنية العارمة في نظام الاتصالات ألغت الحاجة الى القوى البشرية، وأطاحت العديد من وسائل الإعلام التقليدية، وأنماط العمل الإعلامي السائدة، وبات الإعتماد بدرجة أكبر على الكمبيوتر والأجهزة الالكترونية، ففي عام 1993 بدا الحديث عن الكتاب الاليكتروني الذي أضحى الآن حقيقة

ويخوض الكمبيوتر في الوقت الراهن حرباً ضروس في مجال إنتاج الصورة وتوزيعها، بعد أن أصبح بفضل تطوّر التكنولوجيا الصورية المسؤول عن انفجار صوري كوني، ويتجه الى إحتواء تكنولوجيا التلفزيون للإندماج في كمبيوتر مرئي، بما يبشر بثورة عارمة في مجال الصورة، تحقيقاً لفكرة (حضارة الصورة)

فقد نتج عن الثراء الاتصالي عن لغة جديدة بات الجميع يفهمها، وهي لغة الصورة التي نتداولها في تحضير لحظة جامدة في الزمن نتبادلها مع الآخرين

أو لحظة متحركة نعيشها معاً ونتأثر بإشعاعاتها فمن خلال الصورة، أصبح بإمكاننا استدعاء لحظة من طفولتنا، ولحظات الفرح والحزن في حياتنا وتقاسمها، ولأن الصورة تحتّل جوهر لحظة ما وتجعلها دائمة، فإننا نقوم بمشاهدتها مرة بعد أخرى لقد بات بإمكاننا الآن عبر الصورة، توثيق ليس الماضي فحسب، بل وحتى الحاضر، فأضحت الصورة الشاهد الملك والمدوّن لحوادث العالم، بل والحياة التي نكسوها عليه فالمصوّرون يسجّلون الحروب، والمظالم والفقر، والمأساة الانسانية، والفرح الانساني

وقد تكرّس نفوذ الصورة عبر السنين في التأثير على الرأي العام، بتوثيق الكوارث، وإطلاعنا على الحروب في جوانبها المرعبة، وكان لدى مصوّري الحروب رؤى عظيمة، حيث أن الصور التي التقطوها تكشف فظائع الحرب التي قد تساعد في منع وقوع حروب مستقبلية، وكان بعضهم يعتقد أن الصور التي يلتقطونها ستؤدي الى إنقاذ العالم فهناك عدة آلاف من صور حرب فيتنام قد شوهدت بعد أيام من التقاطها، وتركت أثراً على كثير من الجمهور في أرجاء عديدة من الكرة الأرضية، وأطلقت مشاعر الغضب والاحتجاج ضد استمرار الحرب بفعل فظاعة الحرب كما عكستها الصورة هي ذات الوسيلة التي غيّرت وجه العالم في الحادي عشر من سبتمبر 2001، حيث لعبت الصورة الحيّة في تغيير حركة التاريخ، بعد أن أفاق العملاق الاميركي على صدمة هلع وهو ينظر الى رمزي التفوق يتداعيان في مشهد مشحون بدلالات حضارية وثقافية، ولا ننسى دور الصورة في حروب المنطقة بدءً من أفغانستان ووصولاً الى لبنان، وهانحن نعيش حرب الصورة في العراق التي تكسو المشهد اليومي بؤساً مضمّخاً بلون الدم

لقد أصبحت لدينا إمكانية رؤية ومعرفة ما يجري عن طريق التدفق المتصل للصورة، وبات باستطاعتنا أن نأخذ علماً بالتاريخ الذي يصنع، وغدا كوكب الأرض في مرمى الكاميرا التي تمنحنا إمكانية التأمّل في حوادثه في

المقابل، يشكو كثيرون من سطوة وكثافة حضور الصورة في حياتنا اليومية، بحيث جعلتنا داخل غيمة إعلامية، ففي حين كان الإعلام عموماً يضفي على الأشياء شكلاً، فإن زيادته تغوص بنا في ما لا شكل له، بسبب سرعة الصور المتدفقة التي لا تدع مجالاً للتأمل

وكانت رؤية سدنة الصورة من أجل أن تحصل على صور مؤثّرة، فأنت، في بعض الاحيان، بحاجة الى أن تصدم الجمهور، فالصور التي تبقى في الذاكرة وتُستدعى، بصورة دائمة، هي تلك التي تنطوي على صدمة، أو تحدث هلعاً، فهذه الصور تبقى معنا، وتترك بصمة في عقولنا، وتربض في ذاكرتنا بكلمات أخرى، أن قابلية إستدعاء الصورة يكمن في سطوتها، في تخليق إنطباع بصري يوقظ شيئاً ما في الشخص الذي ينظر اليها، قد يكون إحساساً بالخطر، أو إحساساً بالحنان والرقّة وبالطبع، فلابد أن تبعث الصورة رد الفعل العاطفي بداخلها الذي يتملّكنا ويدفع بنا للتفكير

ثقفنة الصورة و تجفيف الوعي

يعرّف إدوار هريو بأن الثقافة هي ما يبقى للانسان عندما ينسى كل شي[1] وبلا شك، فإن الصورة تنعم بقدرة التسلل والاقامة الطويلة في الذاكرة فقد ينسى أحدنا كتاباً قرأه قبل عشرين عام، ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهداً بصرياً، أو صوراً، سيما تلك التي تحفل بجرعة عالية من الجاذبية والدهشة

في واقع الأمر، أن المعرفة الانسانية عموماً منسوجة من كتلة تصويرات متفاوتة في تعبيراتها ودلالاتها، وأن مسيرة المعرفة كانت مترافقة على الدوام مع زيادة الثراء التخيّلي والتراث البصري على طول التاريخ نتذكر هنا مقولة أرسطو (أن التفكير مستحيل من دون صور) ، فالصورة كانت دائماً عنصراً

[1] لويس دوللو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993، ص67

تحريضياً في الانشغالات الفلسفية، ومدخلاً حتمياً للإجابة عن سؤال الماهية التي تعني هيئة الشيء، حيث يتجلى بقاء الأشياء في استمرارها وبقائها، وما يبقى منها يتم الكشف عنه في الصورة (idea) حيث يتجلى ماهو كل شيء من نوع جنس ما[1].

وفي زماننا، أضحت الصورة جزءً من سلطة المعرفة الحديثة التي يسيطر عليها الإعلام، كما كانت مصدر إلهام للفلسلفات الغربية الميتافيزيقية المتناكفة، إذ باتت الصورة تظهيراً عقلياً للخبرة الحسيَّة نلفت الى أن الصورة كانت ساحة مواجهة أيديولوجية بين الكنيسة والدولة في أوروبا، ولذلك جرى تحريم الصور والنظر اليها كجزء من التجاذب بين الطرفين، وكان الحكّام يفرضون حظراً على الصور ذات الطبيعة الدينية كونها تشكّل خطراً على السلطة السياسية

وهناك الآن أنواع جمّة من الصور تزداد كل يوم مع تطور وسائل المعرفة بما يقرّبنا من حضارة العين، ومن الناحية التقنية المحض فإن القرية الكونية التي بشّر بها مارشال ماكلوهان، هي صناعة صورة، ظهرت بعد حرب فيتنام في صور أطفال يقتلون بقنابل النابالم، والتي حرّكت الشارع الاميركي للمطالبة بوقف الحرب العبثية

بواسطة الصورة، بات بالإمكان استعمال الحواس كافة (الشم، والسمع والنظر، واللمس) فقد أسقطت الصورة الدور المحايد للمتلقي، وأملت عليه مهمة أخرى ليصبح متفاعلاً، إذ لم تعد الصورة تسجيلاً للحظة مرئية في مكان ما، إذ تجاوزت وظيفتها التقنّية ودخلت في عملية الصياغة الذهنية ولعبة الحقيقة والزيف فالصورة وإن باتت قادرة على فضح الحدث، ولكنها صالحة أيضاً

[1] مارتان هيدجر، الفلسفة في مواجهة العلم والتقنية، ترجمة د. فاطمة الجيوشي، دمشق 1998، ص ص 34، 87

للإستعمال من أجل إخفاء حقائق كثيرة، حين تمارس فعلاً ضدياً وطالما أن أهم جزء في الصورة هو إيصالها، فإنها، كمنجز غربي بسبب تقنياتها المتقدمة وتجربتها الطويلة، تدخل في لعبة التنميط والقولبة والنمذجة في أبعادها الإعلامية والسياسية والثقافية

وإذا كان الرهان على المنظومات الفكرية التي تحول دون انكسارها تحت وابل الصور المتدفقة ووسائل الاعلام عموماً، وهي - أي تلك المنظومات - ما تمدّنا بمناعة التأثر من الدسائس الفكرية للصورة، فإن انشغالات الأخيرة تركّز إما على تعزيز تلك المنظومات الفكرية أو تفسيخها، بالنظر الى مصادر الصورة ومنتجيها وانتماءاتهم الأيديولوجية، بما يجعل الخبر مقبولاً أو منبوذاً يسرد أدغار موران شواهد عدة فالألمان الذين أرادوا أن يجهلوا معسكرات الاعتقال النازية جهلوها، وفي العام 1945، إستقبل السكان الألمان صور معسكرات الألمان ورواياتها بوصفها أكاذيب دعائية والشيوعيون الذين أرادوا أن يجهلوا معسكرات الغولاغ جهلوها، والفرنسيون الذين أرادوا أن يجهلوا التعذيب في الجزائر جهلوه[1].

ولتصوّر الطبيعة المضلّلة للصورة، نتذكر طقوس ما يسميه ادوارد سعيد (أديان التلفزيون)، ولكن من زاوية مختلفة، حيث تتدخل الصورة خلال الحملات الرئاسية في توجيه وعي الجمهور، بتواطىء شفهي من المتنافسين على الرئاسة الاميركية ففي مناظرة كينيدي ونيكسون في الانتخابات الرئاسية العام 1960، التي فاز فيها كيندي لأنه قبل بوضع المكياج الخاص بالكاميرات خلال اللقاء، فظهر للمشاهدين في صورة لائقة، بينما رفض نيكسون، التقليدي، مثل تلك البدع الجديدة، فبدا شاحباً[1].

---

[1] ادغار موران، مقدّمات للخروج من القرن العشرين، ترجمة أنطوان حمصي، دمشق 1993، ص 38

[1] المناظرات السياسية.. هل تحدد رئيس أميركا القادم؟ أنظر:
http://arabic.cnn.com/2004/us.elections/10/25/us.elections/index.html

يجادل بورديه في كتابه (الحرب والصورة) ببراعة التوظيف المحموم للصورة من أجل صنع الواقع، حيث تدور رحى الحرب بين متسابقين على من يملك قدرة فرض الواقع الذي يشاء وحرمان الخصم من المشاركة أو تبديل هذا الواقع. الافتراضي بالضرورة لا غرابة، حينئذ، حين تكون مصادر انطلاق الصورة هدفاً مركزياً في أجندة الحروب الأخيرة ففي حرب كوسوفو العام 1999 قصفت قوات الناتو مبنى التلفزيون في بلغراد وتدميره، وفي 27 مارس 2003 قصفت القوات الاميركية مبنى الإذاعة والتلفزيون في بغداد، وكادت أن تلقى قناة الجزيرة المصير نفسه في العام 2004، وفي يناير 2006 دمّرت القوات الإسرائيلية مبنى الإذاعة الفلسطينية ومبنى التلفزيون في مدينة البيرة وهدّدت بقصف مبنى التلفزيون في مدينة غزة وفي 16 يوليو 2006، أي بعد ثلاثة أيام على اندلاع الحرب بين حزب الله واسرائيل، قامت الاخيرة بتدمير مبنى تلفزيون المنار فقد كان الإعتقاد بأن السيطرة على الصورة تمثّل الخطوة الأولى لحسم المعركة

وتدلل هذه الأمثلة على أن ثمة سعياً حثيثاً من أجل الحيلولة دون تمكّن الحقيقة من القيام بتحرير الصورة من أسر خاطفيها، وأن حرب الصورة أسقط مبدأ الحيادية هذا لا يعني، بالضرورة، أن الحيادية سمة جوهرية للصورة فتجريد الأشياء يعطّل إمكانية تفسيرها وفهمها وندرك، بحكم الواقع، أن الصورة المرتبطة بالمقدس تصنع مخيالاً مندغماً في المقدس ففي الحضارة الرومانية،حظيت الصور المقدّسة بمكانة فريدة في المنظومة الطقسية الرومانية، وباتت تتقاسم نفحة القداسة مع النص الديني الروماني

إن مقولة دع الصورة تتكلم، تعبّر عن ذاتها، تستعيض عن الكلمات بكلمات من نوع خاص، من أجل تحويل المشاهد الى مستنطق للصورة، مشارك في حوارية صامتة تفوّض الصورة من يشاهدها مهمة التعبير عنها بكلمات، باتت مقولة

قديمة وطوباوية، فالصورة تشارك بكثافة في توجيه الأفكار المراد إيصالها عبر تلك العلاقة الحسية المباشرة

ويمكن الزعم، أن الصور المتدفقة، بلا انقطاع، تمارس ديكتاتورية من نوع آخر، حيث لا تتيح فرصة للمتلقي بالتفكير بصورة مستقلة خارج مجال سريان الصورة، بما يؤول الى نفي الواقع، والمكوث مكانه فقد أطلق المفكر الفرنسي (جان بودريار) على حرب الخليج الثانية (1991.1990) بأنها نسخة تلفزيونية، فيما اعتبر مانول كاستي أن ما شهده الجمهور في تلك الحرب هي (الواقع المتخيّل) الذي فرضته تكنولوجيا الاتصال، حيث تختلط الحقيقة بالواقع المصنّع صورياً إنطلاقاً من مرحلة الإعداد العسكري وصولاً إلى الإستعراض التلفزيوني.

لاشك، أن مصدر قوة الصورة يكمن في كونها بمثابة نص مرئي مفتوح على اللغات قاطبة، وأنها ثرية بقدر يسمح بقراءات متعددة، فاحتلال الصورة للطاقة البصرية مهّدت لاختراق المخيال العام، وبالتالي الانشغال الذهني، وصولاً الى هيمنة المخبوء على الوعي، أي عبور الرسالة المندّسة في الصورة الى مربع اللاوعي، بما جعل للصورة مهمة سرّية تتجاوز البصر الى البصيرة فانحلال حدود الصورة يحيلها الى مضخّة معرفية مكتظّة بحزمة دلالات، وإيحاءات وتعبيرات لا تنتمي الى مجرد البعد الجمالي منها، فثمة رسالة غير مرئية تتسرب خارج الحدود الرسمية للصورة، تسهم في إنجاب كوكبة مفهومية تعكسها على مجمل المناشط الثقافية والمعرفية المسؤولية عن صنع الوعي فالمخزون الدلالي للصورة يجعلها أداة إتصالية عالية التأثير العاطفي والمعرفي، بل تحيلها الى وسيط حواري ممتد، محدثة غزارة في المعاني والدلالات وحضوراً كثيفاً في المشهد الثقافي والمعرفي اليومي

فالصورة باتت القابلة التي تساعد المشاهدين على أن يلدوا أفكارهم الخاصة، المتطابقة مع الرؤية الثاوية في الصورة فهي تملي علينا ما يجب فعله وتجعلنا نشاهد ما تريد منا مشاهدته، فنتحرك ونلفظ بطريقة مماثلة إنها تقودنا إلى نقطة في منتصف الطريق ثم تتخلى عنا كيما نواصل السير إلى النهاية المقررة سلفاً إنها لا تريد منا أن نكون إبداعيين في التفكير، لأن الصورة التي يفرضها نظام الإنتاج الصناعي، ذات طبيعة غير حوارية ففي كلمة أمام الجمعية العامة للأمم المتحدة، تحدث رئيس الوزراء الماليزي السابق مهاتير محمد في الثاني من أكتوبر 1993 (إن ما نسمعه أو نشاهده هو في الواقع ما قررت وسائل الإعلام الغربية هذه إننا يجب أن نسمعه أو نشاهده)، وأشار إلى (الاهتمام البالغ الذي تبديه وسائل الإعلام الغربية برقصة المغني مايكل جاكسون، أكثر كثيراً من إهتمامها بإذاعة شيء يحدث في اللحظة ذاتها ويتعلق بمذابح، وعمليات قتل جماعية، أو معاملة وحشية يتعرض لها بنو الإنسان في أماكن أخرى من العالم)

الصورة، وبخلاف وسائل التواصل الثقافي الاخرى، أسقطت عامل السن فهي قابلة للإدراك والقراءة وإن بمستويات متفاوتة، من كل الفئات العمرية طفلاً كان أم شاباً أم كهلاً، وهي تؤثر فيهم جميعاً بدرجات متباينة ولا شك أن صورة محمد الدُرّة وهو يسقط شهيداً في حضن والده كانت نصاً مفهوماً من قبل المستويات العمرية كافة، وكانت كفيلة بتغيير مسار النضال الفلسطيني وتفجير الغضب الجماهيري في أرجاء الوطن العربي والاسلامي وصورة البارجة الاسرائيلية وهي تنفجر بصاروخ من المقاومة اللبنانية بالقرب من شواطيء بيروت كفيلة بتغيير مسار الحرب، والأوضاع النفسية في الشارع العربي وصورة مجزرة قانا كانت كفيلة بإحداث تصدّع في التحالف الدولي مع الدولة العبرية في عدوانها على لبنان في يوليو ـ أغسطس 2006.

ينبىء ما سبق عن أن الصورة باتت قوة إقناعية ناشطة، تعزّزت، بدرجة أكبر ، بارتباطها بالصوت لتشكّل وجبة معلوماتية مكتملة العناصر فالتقنية الحديثة لم تجعل الصورة منتشرة في كل مكان فحسب، بل حوّلت مفاهيمها أيضاً، فقد بات بوسع أي شخص يعيش في ظل الثورة الإتصالية أن يغنم دفعات متصلة من الصور ذات الأشكال الفنية والثقافية والتعبيرية المعقّدة

وتم استبدال الروتين الطويل للرسم والتلوين بانتصار آلة التصوير التي استحوذت على سبيل المثال على تمثيل الموضة تماماً والرواية المسلسلة، والتي كانت تحتضر أصلاً في فترة ما بين الحربين تفقد مكانها في عصر التلفزيون للمسلسل الذي يعرض على الشاشة وحل الفيلم السينمائي، الذي سمح بمجال أعظم كثيراً للموهبة الإبداعية الفردية بعد انهيار نظام إنتاج الأستديو في هوليوود، ومع توجه جمهور السينما نحو البيوت لمشاهدة التلفزيون وبعد ذلك الفيديو

لقد أحدثت الصورة إنهياراً متسارعاً في حدود الزمان والمكان، في عملية افتئات واسعة النطاق على المصادر الثقافية التقليدية، في سياق صنع استقطاب ثقافي عولمي، يقطع صلة المجتمعات بجذورها الثقافية، ومنظومات قيمها ويستوعبها في دورة إتصالية بالغة الثراء، ولكن وفق شروط ثقافية قهرية، تكون فيها الصورة أداة إعادة تشكيل الوعي، مفضية الى قطيعة مع الثقافة المكتوبة وتكوينها العقلاني بالنسبة للمجتمعات القروية والريفية، كانت صدمة الصورة عنيفة، أحدثت معها زلزلاً مدمّراً أحياناً في نظام القيم الاجتماعية، قياساً الى المجتمعات المدنية والحضرية التي عاشت تحوّلاً إتصالياً تدريجياً

لاريب، وإنصافاً في القول، أن الصورة ساعدت في تسهيل استيعاب الطلاب للنظريات العلمية المعقّدة، وأن حضور الصورة في العلوم التطبيقية والنظرية

والطبية والهندسية وحتى العلوم الانسانية ساعد في جعل المادة العلمية سهلة الهضم ذهنياً فقد شغلت الصورة حيزاً هاماً في مناهج التعليم المدرسي، على حساب مساحة النص المكتوب، الذي بات مرهوناً للعون الذي تقدّمه الصورة في اكمال وظيفة التعليم يحلل ايريك هوبزباوم ذلك بما نصه (فمن يقرؤون الكتب لأغراض جدية، خلا الاغراض المهنية أو التعليمية أو الاغراض المشابهة الاخرى، كانو قلة قليلة ومع أن الثورة التعليمية قد زادت من أعدادهم على نحو مطلق، فإن سهولة القراءة تراجعت في دول ذات تعليم شامل نظرياً، حيث توقفت الطباعة عن أن تكون البوابة الرئيسية الى العالم فيما وراء الاتصال ما بين الفم والأذن ففي أعقاب الخمسينات لم يعد حتى أطفال الطبقات المثقفة في عالم الغرب الغني يقبلون على القراءة عن طواعية كما كان يفعل آباؤهم)

في المقابل، كسرت ثقافة الصورة إحتكارية مصادر التربية التقليدية، فلم تعد الأم مصدراً مهيمناً للتربية، فقد أصبح الطفل يخضع لمصادر تربوية أخرى

فلم يعد الطفل يلبس ويتصرف ويفكّر كما تشاء أمه، فقد أصبح منهوباً لتبدّلات تربوية دراماتيكية تستجيب لطبيعة الصور التي تتسلل إليه بدون انقطاع عبر الشاشة يقول أحدهم:(اندهشت عندما دخلت الصغيرة ذات السنوات الخمسة، وهى ترتدى «الهاف ستومك»، وتضع «المانيكير»، و«الروج»، وترتدى حذاءً ذا كعب عالٍ، وقصة شعرها مثل الراقصة (فلانة).

يرى الدكتور محسن خضر . أستاذ أصول التربية بجامعة عين شمس . بأن ثمة ما يدعو للقلق إزاء طغيان ثقافة الصورة على شخصية أطفالنا ومراهقينا، فلم يعد المثل الأعلى للطفلة الأم التى معها فى المنزل، والتى كانت سابقًا تحاول تقليد دورها فى المطبخ، وفى رعاية الأطفال، فتقوم بنفس الدور مع

عروستها، ولم يعد المثل المعلمة أو الأخوات الكبار، بل أصبحت القدوة والمثل الأعلى نماذج غير سوية تفرضها ثقافة الصورة، وتروج لها ليل نهار[1].

ولأن التقليد هو منتوج بصري بدرجة أساسية، فإن تعدد الوسائط البصرية يزيد في مساحة التقليد وأشكاله فقد كان الطفل الرضيع يقلّد والدته وإخوانه في البيت، ولكن حين يكبر يشاهد التلفزيون، ويذهب الى الروضة والمدرسة، ويذهب الى السينما ويمضي وقتاً طويلاً نسبياً في الألعاب الألكترونية ويخرج الى السوق، وتقع عينه على شريط طويل من الصور المتدفقة التي بالتأكيد ستنطبع في ذهنه وتنعكس في سلوكه جزئياً أو كلياً

ما سبق يلفت الإنتباه إلى الثورة الإعلانية التي قامت على تأثير وسطوة الصورة التي تدفع كثيرين إلى العادات الضارة حسب تصوير رئيس سابق لإتحاد الإعلان في بريطانيا وينستون فليتشر:(لماذا يدخن بعض الناس وهم على علم بأنه مضر بالصحة؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ولماذا هناك الكثير من الحمقى في شرب البيرة؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ولماذا هناك الكثير من ذوي الأجسام السمينة والثقيلة الوزن؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان؟ ولماذا يذهب كثير من الناس لإصلاح التسوس في أسنانهم؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان؟ ولماذا ينغّص الأطفال على آبائهم من أجل ألعاب الأعياد؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ويخلص فليتشر من ذلك للقول:(إن هذه القائمة من التأثيرات الإعلانية في الغالب لا نهاية لها .إن قوة الإعلان تدفع الناس لشراء أشياء ليسوا بحاجة إليها، ولا يريدونها، وفي الغالب مضرّة بالصحة)[1].

---

[1] عندما تغتال البراءة، الشبكة الاسلامية بتاريخ 2005/09/25 أنظر:
http://www.islamweb.net/ver2/archive/readArt.php?lang=A&id=99197
[1] إريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث ـ الانهيار، مصدر سابق ص 140

فمنذ الستينات فصاعداً كانت الصورة التي رافقت الناس في الغرب، وكذلك في العالم الثالث المتحضر على نحو مضطرد. منذ الولادة حتى اللحد هي تلك التي تروّج للاستهلاك أو تجسّده أو التي تكرّس نفسها للتسلية الجماهيرية ذات الطابع التجاري [2] فسيطرة النزعة الإستهلاكية والإتصالات الجماعية على المجتمع يرهن الأفراد للقيام بأدوار قد حدّدها لهم غيرهم، وهذا الشكل الحديث للتبعية[3] فالصورة التي أضحت أيقونات (رموز) لتلك المجتمعات هي صور التسلية الجماعية والاستهلاك الجماعي رايات وعلب

ولم يكن من دواعي الدهشة أن تتنازل مدرسة الرسامين الرائدة في الخمسينات، في وطن الديمقراطية الإستهلاكية، أمام صانعي الصور الأقوى كثيراً من الفن ذي الطابع القديم، وهو ما أدّى لإطاحة الفنون الفرعية، أي (اندثار الحداثة)[4].

مداهمة الإغراء للمجتمع الاستهلاكي كمقدمة للإستحواذ عليه شجّعت نظام الإنتاج الصناعي على اقتحام، الى جانب الثقافة الجماهيرية، مجال الأعمال الفكرية، صابّاً إهتمامه على ربح الأسواق، مكرهين الثقافة الحقيقية على اخلاء مواقعها في سبيل مصالح تجارية لنظام الإنتاج الصناعي [1] فتطوّر تكنولوجيا الإتصال أدى، في نهاية المطاف، إلى موت الثقافة، وجعل من المثقفين مجرد طبقة كسيحة لا تلوي على قدرة الفكاك من أسر الصورة اليومية التي تصيغ وعي الجمهور العريض

---

[2] الان تورين، نقد الحداثة_الحداثة المظفرة، القسم الأول، ترجمة صيّاح الجهيم، دمشق 1998، مصدر سابق ص 192

[3] الان تورين، نقد الحداثة_الحداثة المظفرة، القسم الأول، ترجمة صيّاح الجهيم، دمشق 1998، مصدر سابق ص 192

[4] اريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث - الانهيار، مصدر سابق ص 140 - 141

[1] تويس دولو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993، ص ص 138 - 139

تأثير التكنولوجيا الكاسح كان اشتغالاً مراً لدى بنجامين في مقالته المنشورة عام 1936 عن (العمل الفني في عصر إمكانية إعادة نسخه التقنية) إن خروج الفن، بحسب بنجامين، من حدوده المؤسسية لم يعد يظهر وحسب، أو حتى بشكل أساسي، مرتبطاً بيوتوبيا إعادة اندماج، ميتافيزيقية، أو ثورية، للوجود، بل بالأحرى، مرتبط بحدث التكنولوجيات الحديثة التي تسمح، وحتى تحدد في الواقع، شكل تعميم للعنصر الاسطيطيقي (الجمالي) مع حدث إمكان النسخ التقني، للعمل الفني، لا تفقد فنون الماضي وحدها تلك الهالة التي تحوطها وتعزلها عن باقي الوجود . عازلة في اللحظة ذاتها، دائرة التجربة الاسطيطيقية ذاتها، بل تولّد أشكال فن يكون إمكان نسخها مكوّن لها مثل السينما والصورة الضوئية، ههنا، ليس وحسب لا تعرف الأعمال الفنية النسخة الأصلية (الأصل) بل يميل الفارق بين المنتجين والمستهلكين الى الامحاء، إن لم يكن الا لأن هذه الفنون تنحل في الإستعمال التقني للالات، وهكذا تتم تصفية قوله عن العبقرية (وهي في الحقيقة ليست سوى الهالة المرئية من منظور الفنان)

فكرة بنجامين عن التبدلات الحاسمية للتجربة الاسطيطيقية في عصر إمكان نسخها تمثّل الإنتقال بين الدلالة الخيالية . الثورية لموت الفن ودلالته التكنولوجية، التي تنتهي إلى نظرية الثقافة الجماهيرية [2] من وجهة نظر أدغار موران فإن التقدم في الإعلام والمعرفة هو الذي سبّب التقدم في التحريف والجهل، وأن القوى المهددة بالقوة الإعلامية التي تحملها وسائل الإعلام الجماهيرية لم تجد وسائل أخرى سوى استعبادها وتحويلها الى أدوات تضليل فالصورة الفوتوغرافية، منذ ظهرت، سبّبت تلفيقة "الصورة الروحانية التي تظهر، فيها أطياف وأشباح

---

[2] جياني فاتيمو، نهاية الحداثة، الفلسفات العدمية والتفسيرية في ثقافة مابعد الحداثة (1987)، ترجمة. فاطمة الجيوشي، دمشق 1998، ص 63

ويخلص بالقول أن تقدم الأكذوبة في مجال الإعلام هو الرد على التقدم الإمكاني للحقيقة التي كان يحملها نمو وسائل الإعلام الجماهيرية[1].

وكان رهط من المثقفين الفرنسيين في القرن الماضي، أمثال ميشيل فوكو، انتقد الإفراط في استنزاف حاسة الإبصار بفعل ما أنتجته هذه الحاسة في العالم الحديث، لانه يفضي، في جوهره، إلى إلحاق الضرر بالعقل فقد محقت الصورة سلطة المثقف، بوصفه حارساً تقليدياً على المعرفة وأداة لتغيير الواقع فقد أنزله الإعلام الجماهيري إلى مستوى المتلقي والمراقب ويرى فوكو بأ ن مجتمعنا الحالي ليس هو مجتمع المشهد ، لكنه مجتمع المراقبة ، فنحن لسنا في قاعة المسرح ولا على خشبته ، لكننا موجودون داخل منظومة الرؤية الكلية الخاصة بالمراقبة.

فالمنتحبون على موت الفن، يحمّلون وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية موته، حيث يأخذ شكل (انتحار إحتجاجي ضد المبتذل والثقافة الجماهيرية غير النزيهة، وضد إضفاء الصفة الإسطيطيقية على الوجود في مستواه الأكثر تدنياً أو الأضعف)

تاريخياً، بات مألوفاً أن التحوّلات الجوهرية في المجال الإتصالي تفضي الى هزّات ثقافية، بما يجعل العلاقة الجدلية بين وسائل الإتصال ومسار الثقافة صميمية ولكن هذه العلاقة لا تعبّر بالضرورة عن طبيعة توافقية بينهما، من حيث الإرتباط بين التطوّر الإتصالي والمضمون الثقافي، فليس كل تطوّر إتصالي يشي بعمق ثقافي، ذلك أن عصر ثقافة الصورة، في نظر المثقّف، بمثابة جناية كبرى على الثقافة الإنسانية، كونها صادرت مفهوم الثقافة، وأغراضها، وأريد

[1] أدغار موران، مقدّمات للخروج من القرن العشرين، ترجمة أنطون حمصي، دمشق 1993، ص 50

من المثقفين أن يكونوا أزلاماً يعملون لخدمة سدنة الصورة، بما ينذر بموت الثقافة

لا يكفي تضييق المسافات والأمكنة إتصالياً من أجل تسهيل التداول الثقافي بين الشعوب، ولكن ثمة إشكالية جوهرية تحيق بهذه المهمة، حين تحيل من الثراء الإتصالي الى مصدر تسطيح ثقافي، عبر تشجيع أشكال ثقافية بليدة تخدم مشاريع تجارية معينة، وتحويل الثقافة الى مادة تسلوية وترويحية منفلتة

إن الطلاق بين العالم التقني والعالم الثقافي يتسبب في، الى جانب كونه أبرز مسببات موت الحداثة، اندثار القضايا الكبرى والقيم الكبرى، التي دافع عنها روّاد الحداثة، فيما أطلقت الصورة العنان لسيادة التقنية

فالصورة الآن تستغرق الفضاء الثقافي، وتسجّل حضورها في الحقول العلمية والمعرفية والإتصالية قاطبة، فهي في السينما، والتلفزيون، وفي الصحف اليومية والمجلات، وفي الكتب المدرسية، وعلى الجدران والإعلانات التجارية، بحيث أصبحت جزءً من المشهد اليومي . فالصورة وإن حازت قدرة على تفجير ما أسماه الدكتور محمود الذوادي بالشُحن المارقة، تمهيداً لاطلاق حوار ثقافي واسع، الا أنها لا تشي بالضرورة بمنتوجات ثقافية رصينة

يشرح الناقد الادبي عبد الله الغذامي التحوّلات التاريخية لأدوات التواصل الثقافي ، بدءاً من المشافهة، مروراً بالكتابة التي حلّت مكانها ، حيث فرضت نسقاً ثقافياً متطوّراً، وفتحت أفق الوظيفة الثقافية من كونها ملكة خاصة بطبقة الحفّاظ الى ملكة مفتوحة على النشاط الذهني عموماً فبعد أن كانت الثقافة الشفهية تقوم على التواصل بين اللسان والأذن، أصبحت الثقافة تقوم على القلم والعين

نشهد الآن تحولاً دراماتيكياً يهدد تراثنا الثقافي والادبي، ويرى الغذامي تحولاً في وظيفة النقد الادبي تبعاً للتحوّل الثقافي حيث انتقل الجمهور من ثقافة الأدب إلى الثقافة العامة، أي ثقافة الصورة مثلاً ثقافة الدراما ، ثقافة السينما إلى آخر ثقافة متنوعة وهذا التغيّر يقتضي أيضا تغيّراً في الأداة النقدية لكي تواجه هذا التغير الضخم.. فلم يعد الناس يهتمون بقصيدة لأحمد شوقي أو لأدونيس كما يهتمون بأغنية بالفيديو كليب أو بدراما تلفزيونية . .ويعلن الغذامي بلهجة لا تخلو من الحسرة على (موت الأدب) مع بداية عصر الصورة مطالباً بمواكبة هذا التغيّر كيما يكون للنقد القدرة على مواكبة هذا المتغير (ولهذا السبب أصبح النقد الثقافي هو الصيغة الملائمة لهذا التغير الثقافي الضخم)[1].

وحول تأثير الصورة وقوتها، يشير الغذامي إلى الحرب العدوانية الإسرائيلية على لبنان في يوليو ـ أغسطس 2006، وقال (إن الصور التي رأيناها طوال 33 يوماً عبر الفضائيات، أعادت للمواطن العربي والمسلم الضمير المنتصر وهذا ما لم تستطع القصائد الحماسية فعله)، مضيفاً (في الماضي، خدعتنا الخطابة البلاغية التي انتهت في عهد الصورة خلال خمس سنوات لم أشهد خطاباً واحداً يخلو من البلاغة الرنانة، إلا خطاب الأمين العام لحزب الله حسن نصرالله، الذي يسير وفق ما تتطلبه المرحلة، التي لا تعتمد إلا على الفعل قبل القول البليغ)، واصفاً إياه ب (خطاب المرحلة بكل المقاييس العلمية، التي تتماشى وثقافة الصورة، خصوصاً خطابه الأول الذي أعلن فيه عن تدمير البارجة الإسرائيلية)[1].

[1] http://www.elaph.com/ElaphWeb/Interview/2006/4/139475.htm

[1] صحيفة الحياة اللندنية، 21 / 9 / 2006م

مقارنة بسيطة لمحتويات ذاكرتنا بين حروب العرب من 1948 الى 1973 والحروب التي اندلعت في عصر الصورة، بدءً من حرب الخليج الثانية 1991 وحتى حرب تموز 2006، سنجد أن فارقاً هائلاً بين نسبة المعلومات الى كمية الصور، فقد بدا في الحروب التالية تسيّد الصورة لذاكرتنا الجمعية، بما يجعلها مفتاحاً لكمية المعلومات المضغوطة فيها

إختبار عاجل لقائمة عشوائية من الصور المكتظة في ذاكرتنا تكشف عن درجة الوعي عاصفة الصحراء، شوارتسكوف، حفر الباطن، الخفجي، محمد الدرّة، شارون، الإنتفاضة، عناقيد الغضب، قانا الأولى، حرب تموز، حسن نصر الله البارجة الحربية الاسرائيلية، قانا الثانية، تسونامي، إعصار كاترينا، برجي التجارة، القاعدة، بن لادن.. الخ

إن أول ما يقفز من هذه القائمة هو سلسلة صورة متراصة، تحتوي على كميات متفاوتة من المعلومات، فمنسوب الذاكرة الصورية لدينا تكاد تتساوى بما يوحي وكأن المسافة الثقافية بين الأفراد محكومة الى كمية الصورة المحشورة في ذاكرة كلٍ منا

لقد امتصّت الصورة الطاقة الإبداعية للغة، فتحوّلت هي ذاتها إلى لغة فبعد أن كان الفنان يستعير بالكلمات المجرّدة من أجل توصيف واقع ما، نجحت اللغة البصرية في اقتحام المجال الابداعي، حيث يتحول الموصوف اللامرئي إلى مادة بصرية قادرة على الإفصاح عن ذاتها بلغة صورية مكتنزة بالدلالات والايحاءات، وأشكال التعبير التي تقتحم المخيال الإنساني وتزخمه بحزمة إشارات بصرية تضاهي بل تتفوق على القدرة الإبداعية والقوة التعبيرية للغة المجرّدة

فقد بات المثقف مطوّقاً بضراوة الصورة، التي نزعت منه سلطة كان يتمتع بها فيما مضى، على وقع تقهقر متواصل لدور الكلمة المكتوبة، التي يعوّل

عليها في صنع رؤية للعالم وتغييره، فقد خرجت السيطرة من مجالها الثقافي التقليدي وانتقلت إلى مراكز جديدة، تضطلع بدور صنع الرؤى والتأثير فيها ممثلة في أبطال الصورة الذين يتربّعون على عرش الثقافة الجماهيرية من نجوم الغناء، وأبطال الأفلام وكرة القدم، ومصممي الأزياء .فهؤلاء يحققون انتشاراً كونياً، ويضخّون قيماً استهلاكية تغمر الكيانات الثقافية بكل تجهيزاتها الإتصالية، ووعودها المثالية، وتسلب منها قدرة المجابهة مع مارد الصورة العابر للقارات، فقد سبقت الصورة إلى تحقيق فكرة القرية العالمية، وصولاً إلى تفكيك المنظومات الثقافية والقيمية السائدة، فغلبة الصوت والصورة القائمين على التقنية بمثابة ضغط شديد على الأداة الرئيسية لتجربة الثقافة الرفيعة المستمرة، أي الكلمة المطبوعة، بحسب ايريك هوبزباوم[1].

لم تعد الصورة لحظة زمنية جامدة، ولا حالة ثقافية محايدة، يقول ريجس دوبريه بأن (المكتوب نقدي أما الصورة فنرجسية) بيد أن زمن الصورة الخام قد أدبر، وأصبحنا أمام اكتظاظ تأويلي، حيث تفتح آفاق التأمل على وقع الاشعاعات الثقافية المنبعثة من مسامات الصورة، لا بوصفها ذاتاً محنّطة أو تسجيلاً محايداً للحظة زمنية، بل بكونها حافظة لمعانٍ مضغوطة، تنبّث لحظة بلوغها نقطة المشاهدة، أي أنها تصبح خاماً حين تفقد وظيفتها، باعتبارها مادة للإبصار، فهي عمياء لا ترى لأن غرضها أن تمنح رؤية، وهي تجهل ذاتها ما لم تلق من يكتشفها ليحيلها الى مصدر معرفي، وهنا تفقد الصورة عذريتها وتزول حياديتها، لأنها تكون خاضعة تحت تأثير المعاني المتعددة المستخرجة منها، وفق النزوعات الأيديولوجية لقراء الصورة، الذين يعملون آلات التأويل والفهم واللغة لصوغ مفاعيلها الداخلية، والتي تعبّر عن نفسها في علاقة حوارية تكون أحياناً ذات طبيعة صامته وأحياناً فاعلة، تترجمها مواقف ومشاعر وربما ألفاظ

---

[1] ايريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث ـ الانهيار، مصدر سابق ص 140

تنبّه العالم، مؤخراً، بفعل الإرتدادات الإنقلابية للصورة، الى أن الاخيرة كسرت مفهوم الحيادية، بعد أن كانت تمثّل التجلي الأمثل للحقيقة، فقد بات بإمكان الصورة أن تبطن أيديولوجية صانعها .فـصنمية الصور، أنها لاتقول كل الحكاية، على حد عبارة جان بودريار.

وبإمكان الصورة أن تكون غير محايدة بالإحتجاب كلياً أو جزئياً في بعدها الإعلامي المباشر، بدا واضحاً للمراقبين للتقارير التلفزيونية الأميركية والبريطانية حول المعارك بين إسرائيل وحزب الله في جنوب لبنان منذ نهاية يوليو 1993، أن هناك إنحيازية واضحة للموقف الاسرائيلي، فلم تأت التقارير المصوّرة تلك على ذكر موضوع الإحتلال الاسرائيلي لأراض لبنانية ولا الغارات الجوية الوحشية على الأحياء المدنية وعمليات التهجير الجماعية، والسبب في ذلك أن المالكين متعاطفون مع اسرائيل وفي مثال شبكة سكاي البريطانية، الذي يمتلك روبرت مردوخ 50 من أسهمها، ليس باستطاعة أحد أن يقدّم رأياً خارج قناعة الملاّك وحسب توم بايستو، فإن بإمكان المحررين الحصول على أكبر قدر من الحرية التي يمنحها لهم الملاّك، وأن المحررين الذين يبقون على غير انسجام مع نظرة الملاّك للواقع الدولي لا يعمّرون طويلاً في مواقعهم[1].

بالتأكيد، فإن سقوط حيادية الصورة، أحالها الى منطقة فراغ تبيح تضارب الرؤية والتحليل، وبذلك تفقد جوهرها ووظيفتها باعتبارها توثيقاً بصرياً للحظة زمنية بشخوصها وأشخاصها، فهي تفقدنا قيمة الشهادة التي تعكسها الصورة، وتجيز للكلمات إستباحة سيادتها الكاملة عبر إقحامها في أتون الخداع، بعد أن كنا نعتقد بأن الصورة ستكون مصدر الخلاص من شقاء الكتابة الخادعة فقد تخلق صورتان من زاويتين مختلفتين لمشهد واحد إنطباعين

(1) Tom Baistow (1985), FOURTHRATE ESTATE, Comedia Publishing Group, pp.1-3

متباينين وربما متناقضين ومن وحي تجربة شخصية، وجدت نفسي أمام خدعة بصرية مثيرة للدهشة، فبعد أن كنت شاهداً على مجاميع من المؤيدين لتيار سياسي في لبنان وهم يدلفون نحو ساحة الشهداء وسط العاصمة بيروت، وإذا بي اشاهد على شاشة التلفزيون صورة أمامية لمظاهرة حاشدة في بيروت توحي وكأن عدد المشاركين قد ناهز المليون، فيما كشفت صور أخرى من زوايا علوية أن الحشد ضئيل الشأن بالقياس الى (الواقع المصوّر)

ما يشي به هذا الموقف المخادع، أن الصورة تمارس فن صنع واقع آخر غير الواقع الفعلي، وذلك يشل ملكة الرؤية للعين في الكشف عن الحقيقة، فالصورة تصنع حقيقة مضادة أحياناً، بما يحيل إلى خطر آخر يمكن تفسيره على هذا النحو أن اجتياح الصورة عطّل غريزية البحث عنها، فحضورها الكثيف واللحظوي أسبغ عليها مشروعية واقعية، إذ لم يعد هناك رغبة التحرر منها، فقد تدجّنت الحاسة البصرية بفعل تمكيث الصورة، في سياق عملية تعليب للوعي عبر حزمة إملاءات غير مباشرة تفرضها الأجواء النفسية للصورة، فهي تصنع مناخاً قهرياً لصنع القرارات وتشكيل العواطف، وصوغ الافكار، وتحقق ذلك تحت وطأة إدمانها، دون إحساس منا بالعدوان أو الإنتهاك لحقنا في الإعتقاد الحر

فالإنبهار الفائض للصورة يخدعنا فنقابله بالسماح بتسلله الى المخبوء في لاوعينا لجهة إحداث تعديل في منظوماتنا الفكرية، ليخرج وعينا على هيئة الصورة الإفتراضية بل والوهمية للواقع

نستحضر هنا مثالاً موارباً في السابع عشر من أكتوبر 2006، بثّ أحد المواقع على شبكة الإنترنت صورة مفبركة منسوبة إلى شركة ليجو (LEGO) المتخصصة في ألعاب الأطفال في أرجاء عديدة من العالم عبر البريد الالكتروني هذه الصورة التي نجح برنامج الفوتوشوب في تخليقها عبر استعمال مكوّنات الشركة المذكورة، تصوّر النبي محمد (ﷺ) في وضع ذي طبيعة جنسية، مشتملاً

على نص هجومي، الأمر الذي اضطر الشركة لإصدار بيان عاجل تكذّب فيه الإعلان، وتستنكر الطريقة التي اتّبعتها الجهة مجهولة الهوية باستعمال منتجات ليجو وإسمها وقامت الشركة بالتعاون مع الشرطة الدنماركية بالتحقيق في هذا الأمر ترويج مثل هذه الصورة في سياق المشاعر الدينية المتفجّرة لدى المسلمين عقب انتشار رسوم الكاريكتير في الصحف الدنماركية حول نبي الإسلام المصطفى (ﷺ) يجعل من تمرير مثل هذه الصورة المفبركة أمراً ممكناً، إذ سيكون عبورها إلى الذاكرة الصوّرية الجماعية التي تشكّلت في أتون أزمة الكاريكاتير الدنماركي مشروعاً وسهلاً، ولا يحتاج انتشارها أكثر من شخص واحد يقوم بتمريرها عبر قوائم العناوين الالكترونية (الايميل) إلى مجموعة من المصابين بعدوى الجمهور، لتتكفل الهلوسة الجماعية بإضفاء طابع الصدقية والإنتشار لكي يكون الزيف حقيقة دامغة

وفي الربع الاول من العام 2004 تفجّرت قصة اغتصاب في السعودية وزادها رواجاً وإثارة انبثاث لقطة مصوّرة على جهاز موبايل لعملية الإغتصاب على شبكة الإنترنت، عرفت بإسم (عملية الباندا) نسبة الى نوع جهاز الموبايل، وقد أحصى أستاذ في العلوم الاجتماعية بجامعة الملك سعود بالرياض دخول 500 ألف شخص على الموقع الذي حوى اللقطة المصوّرة خلال نصف ساعة بغرض المشاهدة

المشاركون في المواقع الحوارية يفضّلون أن يرفقوا (صورة) إلى مشاركاتهم الحوارية كعنصر إثارة وجذب للقراء ما يثير الإشمئزاز أحياناً لجوء الفرقاء السياسيين إلى التلفزيون من أجل العبث بوعي الجمهور، بحيث أصبحت الصورة سلاحاً بيد أولئك الذين يراهنون على إبطال مفعول المناعة الأخلاقية والنفسية والفكرية لدى الجمهور عبر تزويدهم بصور ذات طبيعة تحريضية

يحلل غوستاف لوبون الخصائص العامة للجماهير، في سياق العدوى التي تنتشر فيها، يقول مانصه فالحدث الأكثر بساطة يتحول إلى حدث آخر مشوّه بمجرد أن يراه الجمهور فالجمهور يفكر عن طريق الصور، والصورة المتشكّلة في ذهنه تثير بدورها سلسلة من الصور الأخرى بدون أي علاقة منطقية مع الأولى ويمكننا أن نتصور بسهولة هذه الحالة عن طريق التفكير بالتتابع الغريب للأفكار التي يقودنا إليه تذكّر حدث معين والعقل يبين لنا عدم تماسك مثل هذه الصور، ولكن الجمهور لا يرى ذلك فالواقع إنه يخلط بين التضخيم الذي يلحقه بالحدث وبين الحدث ذاته وبما أنه غير قادر على التمييز بين الذاتي والموضوعي فإنه يعتبر الصورة الماثلة في خياله بمثابة الواقعية والحقيقية، هذا على الرغم من أنها ذات علاقة بعيدة جداً مع الواقعة المرئية[1].

ولنا تخيّل كيف ستكون عليه ردود الفعل حين يستعين الصوت بالصورة كي ينسي المستمعين تشوّهاته، بل والكلمات الهابطة التي تخرج منه فقد لجأ كثير من المغنين الى ما يعرف بـ (فيديو كليب) ليضع الصورة بشكلها الافتضاحي ممثلاً شرعياً للصوت، ويجعل منها تظهيراً جمالياً لرمزية الكلمة الخاوية[2] في حقيقة الأمر، أن الصورة باتت تستعمل كرداء نستر به قبح الكلمة والمعنى، حيث تنحل الصورة صفة الصانع الحقيقي للمخيال الفني والمعرفي للكلمة التي انحسر ظلها، ليس بسبب موت صانعها، ولكن بسبب احتشاد منتحليها وخاطفيها ما أدى الى انخفاض منسوب الوعي بها

ما سلف يدعو للزعم بأن الاحتراف البشري في مجال الصورة مزّق غشاء البراءة عنها، فلم يعد فعل الخيانة مقتصراً على اللغة (المكتوبة والملفوظة)، بل

---

[1] غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة وتقديم هاشم صالح، دار الساقي ـ لندن، 1991، ص 67

[2] شريف حمود، الفيديو كليب.. ديكتاتورية الصورة تغتال النغم، بتاريخ 2003/2/4، أنظر http://www.islamonline.net/arabic/arts/2003/02/article02.shtml

تمدُّد الى جسد الصورة، الذي أريد منه الخضوع لقوانين لعبة التحايل والخداع البصري، ولك تخيّل كيف يخون البصر البصر، بما يفقد الأخير حق المشاهدة الحرّة، فلا يعود المرئي مرئياً مجرّداً، وإنما يصبح شكلاً موارباً للمرئي، لأن الغرض منه يتجاوز حدود اللقطة بمكوّناتها، لجهة الاستدراج نحو التفكير في المراد رؤيته والذي يعوّل عليه في تشكيل خطاب مبني من عناصر الصورة المفروضة، وهنا يبدأ فعل الخيانة للحقيقة، بدءً من تهديم بنية الصورة ذاتها، الى صوغها في كلمات تشبه ترجمة من لغة الى أخرى، فتمارس فعل خيانة أخرى، عبر تفويض قارىء ما، يفقد بالضرورة صفة الأمانة على الحقيقة المصوّرة، بتقديم قراءة مبتورة مجتزأة، مضلّلة، لا تنتمي الى المجال السيادي للصورة، ليجعل من قرائته نصاً رسمياً لها، كما يفعل مراسلو الفضائيات وهم ينقلون تقاريرهم المصوّرة

إن أولئك الذين قرروا اغتصاب الوعي، قد جمعوا أمرهم سلفاً على تظهير الخداع اللغوي على هيئة صورة ملتبسة، كيما تسهّل غرز الرواية الملغومة في المخيال الجمعي، عبر تقديم تفسيرات بطبيعة غوائية مستندة الى شريط صوري انتقائي، يحيل من المعتدي مظلوماً، والضحية إرهابياً، هكذا هي حال قنوات فضائية أوروبية وأميركية وهي تنقل صور النضال الفلسطيني ضد العدوان الاسرائيلي، وصور المقاومة العراقية ضد الاحتلال الاميركي، وصور الجهاد الافغاني ضد الاحتلال الناتوي ويذكّرنا هذا المحفل الغوائي بحرب تموز/يوليو 2006، حيث كانت الصورة الثابتة والمتحرّكة الناقل الرسمي لمجريات الحرب والفاعل الأساسي في إدارة دفة الوعي والعاطفة، وقد لحظنا كيف أراد الاسرائيلي طمس معالم الجريمة بحق المدنيين في لبنان عن طريق حجب الصورة ولو بالقوة، كما جرى في معتقل الخيام الذي قامت الطائرات الاسرائيلية بتدميره بصورة كاملة، فيما أوحت للعالم الغربي بأنها تقوم بحرب النيابة عن حضارتها ضد التطرف والتخلف، ولا ترعوي عن تزويد الفضائيات

الغربية بصور عن صواريخ حزب الله وهي تتساقط بالقرب من منشآت مدنية ليحمّل مندوب اسرائيل في الأمم المتحدة حزب الله مسؤولية المجازر المتنقّلة، فيما ينقل مراسلون غربيون في لبنان ومن الضاحية الجنوبية للعاصمة بيروت صورة العداء للغرب وللولايات المتحدة كما تعكسها شعارات كتبت أو علّقت على بعض الأبنية المدمّرة بالصواريخ الاسرائيلية، الأميركية الصنع، (صنع في الولايات المتحدة) هنا يكون الشعار تصديقاً للصورة المفخخة بالرواية المعدّة سلفاً، لتكون شاهداً حيّاً مصوّراً بعد حكايتها

يلفتنا ذلك الى ما أورده تقرير التنمية الانسانية العربية للعام 2003 حين أكّد على أن الثقافة العربية تواجه تحديات واضحة من جانب ركنين من أركان الثقافة العالمية الراهنة، هما سطوة وسائل الاتصال الجماهيري، وهيمنة القدرة الاقتصادية[1] وهذا يلمح الى هاجس التجانس الثقافي مع صانع الصورة الأقوى، الذي يخلق عالماً موحداً يحمل السمات الثقافية لصورة الغرب

الجمهور المتلفز وتفسيخ الوعي

مع انطلاق الثورة الاتصالية في الستينيات من القرن الماضي، تصدّر التلفزيون الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث حجم انتشاره وتأثيره الشديد على الشعب الاميركي حتى أطلق عليه (شعب الشاشة)، فيما أسبغت على التلفزيون نعوت عدة منها (الصندوق الأحمق. Idiot Box) أو المربية الالكترونية (Electronic Babysitter)[1] فقد نقل التلفزيون الصورة المتحرّكة وجعلها بحسب ايريك هوبزباوم، من خصائص الحياة العائلية[2].

---

[1] http://www.un.org/arabic/esa/rbas/ahdr2003/contents.htm

[1] ديفيد. إس برودر، وراء الصفحة الاولى.. نظرة صريحة على صناعة الخبر، مركز الكتب الأردني، 1990 ص 14

[2] ايريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى..وجيز القرن العشرين 1914 ـ 1991، الجزء الثالث ـ مصدر سابق ص 127

وهذا ما صدّقته انتخابات عام 1968 حيث لعبت الصورة التلفزيونية الدور الأكبر في إبراز شخصية المرشح المفضّل للرئاسة الأميركية، ما جعل التلفزيون هو الناخب الفعلي في الانتخابات الرئاسية الاميركية، وبحسب فرانك شكسبير، المدير التنفيذي لشبكة سي بي إس الاميركية، والمستشار التلفزيوني للرئيس الأسبق نيكسون (لولا التلفزيون لما كانت هناك فرصة لفوز نيكسون .)[3] وفي انتخابات الرئاسة الاميركية التي جرت في نوفمبر 1992 بين المرشحين الثلاثة للرئاسة وهم جورج بوش. الرئيس آنذاك. وبيل كلينتون حاكم ولاية أركانسو، والملياردير روس بيرو، شكى الجمهوريون بأن وسائل الإعلام الأميركية ساهمت الى حد كبير في فوز كلينتون بالرئاسة، فيما حجبت الأضواء عن مرشحهم بوش بل وصوّرته كرئيس فاشل وانتهازي

ولذلك، كلما كان حضور التلفزيون في الحملات الانتخابية كثيفاً كلما كانت الحملات تلك مهيمنة على الوعي الوطني، بما يجعل التلفزيون المحرّك الخفي لاتجاهات الناخبين فالصور المتلفزة تترك سحرها على المشاهدين وتلعب دوراً في تشكيل الوعي، فالتلفزيون (ورث ما هو إيجابي في الصحافة أي النص وقدرته ا لإتصالية، وجمع إليه مزايا الإذاعة ، أي حيوية الصوت البشري ودراميته، واستعار من السينما الصورة والحركة، كما استفاد من الخبرة المسرحية في قوة الحضور وحيوية الحوار ليهضم تلك المعطيات المتنوعة ويمتلك لغة تعبيرية خاصة به)[1].

لقد أصبحت الصورة وسيلة لاجتياح الوعي بصورة مباغتة، والتلفزيون الذي يمثل (غرفة عمليات مشتركة) يجمع بين الصورة والكلمة والصوت علاوة

---

[3] See: The Time, December 20, 1968

[1] د. وديع العزعزي، القنوات الفضائية في عصر العولمة، وزارة الثقافة والسياحة 2004، صنعاء، المقدمة ـ ص 3

على ذلك، فهو الوسيلة الوحيدة التي تأتي إليك، ولم يخفف الإنترنت من سطوة الحضور اليومي للتلفزيون، الذي بات رفيقاً دائماً فيما العلاقة مع باقي الوسائل الاخرى مؤقتة ومحدودة . ولذلك فإن التلفزيون، كوعاء لصورة متحركة، يعدّ سلاح حرب الإتصال الفاعل، والمشاهدون أسرى في معسكره

امثلة عديدة يمكن رصدها في هذا الصدد

فقد ترك التلفزيون أثراً بالغاً خلال حرب فيتنام، حين نشطت جماعات الضغط لوضع حد للتورط الاميركي في فيتنام العام 1973، باعتباره غير مستند على دعم شعبي، ودخل التلفزيون من خلال البث المنتظم لأهوال حرب فيتنام في تحويل الرأي العام الأميركي ضد الحرب[2].

وفي غزو جزيرة غرينادا سنة 1983، ألقى الرئيس الاميركي رونالد ريغان خطاباً تلفزيونياً للشعب الأميركي حول غزو الجزيرة، استملك بواسطته وعي المشاعدين ولعب بعواطفهم، وقال (إن جرينادا هذه الجزيرة البديعة التي كانت فردوس السيّاح قد تحوّلت الى قاعدة السوفييت والكوبيين) وبهذا الخطاب التلفزيوني، قلب ريغان الرأي العام الأميركي ونجح في تضليله واكتساب تأييده، حيث أظهرت استطلاعات الراي أن نسبة 65 بالمئة من الشعب الأميركي كانت مع قرار غزو الجزيرة.

. أجري عدد من التحاليل على أثر الصوت القادم من التلفزيون خلال الحملة الإنتخابية سنة 1972، فأظهرت النتائج أن ما علق بذاكرة المشاهدين من الأنباء المصوّرة كانت الصور لا التعليقات، وكانت نسبة الأخيرة لا تزيد عن 20 بالمئة ويقول الصحافي الاميركي ديفيد برودر (هناك عدد من دارسي الاعلام والاتصال، مثل لورنس ليشتي، من جامعة ميرلاند، ممن يجادلون بأن تأثير

---

(2) ديفيد إس برودر، وراء الصفحة الاولى.. نظرة صريحة على صناعة الخبر، مصدر سابق، ص 190

التلفزيون مبالغ فيه، وهم يقولون بأن ثلثي الاميركيين البالغون يقرأون الصحيفة كل يوم، ولكن الذين لا يشاهدون أخبار التلفزيون يومياً لا تزيد نسبتهم على الثلث، ولكنني كشخص يظهر أسمه في صحيفة كبيرة كل يوم تقريباً، ويظهر في التلفزيون أحياناً، فإنني أعرف مالذي يتذكره الناس، ويؤلمني ان اعترف بأن أوستن راني مؤلف كتاب (قنوات السلطة) كان محقاً عندما أورد في كتابه بأن (نشرات الأخبار التلفزيونية والبرامج العامة في التلفزيون تشكل ولا ريب المصادر الرئيسية للحقيقة السياسية بالنسبة لغالبية الأميركيين)[1].

إنطلاقاً من العام 1980 أصبحت سي إن ان أول محطة أخبارية في العالم تبث على مدار أربع وعشرين ساعة تتربع على عرش صناعة الصورة

وقد وصفت بأنها (صانعة قرية مارشال ماكلوهان العالمية)، وكانت اللاعب الفاعل في حرب الخليج الثانية، حتى قيل عنها بأنها (بطلة حرب الخليج بلا منازع) بعد أن سيطرت صورتها على الرأي العام وبدأت تهيمن على وعي العالم وفي العام 1986 بدأت شبكة سي إن إن الدولية بالبث من أوروبا، وكانت تلتقط في 140 بلداً و70 منطقة في العالم، وأصبحت في العام 1990 تستقبل في ألف فندق في أنحاء العالم، إضافة الى مئات المكاتب الحكومية وخاصة وزارات الاعلام ورئاسات مجلس الوزراء في دول العالم الثالث، كما أضافت بعض شركات الخطوط القناة الى خدماتها للمسافرين

في مثال سي إن نجد أن الاعلام الاميركي يستبدل الأيديولوجيا الحاضرة بكثافة في الإعلام السوفييتي السابق بالتكنولوجيا، التي تحوّلت بذاتها إلى أيديولوجية بديلة، تترك آثارها في الرأي العام بصورة مؤثرة وفاعلة، ولذلك أصبح الاعلام الاميركي مبشّراً في أكبر إرسالية تطوف العالم بإسم الراسمالية الغربية من وجهة نظر ميشيل ديفر نائب رئيس موظفي البيت الأبيض في ولاية

[1] Ronald Berman (1987), How Television Sets Its Audience, Sage, p.55

رونالد ريجان الأولى (1980 . 1984) التي ذكرها للصحافي روبرت شير من صحيفة لوس أنجليس تايمز سنة 1984 إن كل عملنا أصبح يتأثر الآن بشبكات التلفزيون

حيث أن مائة مليون شخص في هذه البلاد يحصلون على أخبارهم منها ولهذا فإن الأخبار المصوّرة مهمة جداً .إن هذه الاخبار لها نفس الأهمية التي لأقوالنا ويحسب إحصائيات صادرة سنة 1992 قدّرت الجمهور اليومي للتلفزيون الأميركي بما يربو عن مليار شخص بعد افتتاحها محطات تقوية في عدد من بلدان العالم بما في ذلك الشرق الاوسط

إدغار موران وصف ثقافة التلفزيون بثقافة الجمهرة بفعل غسيل الدماغ الجمعي الذي تقوم به مسلسلات وبرامج التلفزيون الفضائي الأميركي، لصنع ثقافة الخضوع التي تتطّبع على قيم المالك الأصلي للصورة

يقول جياني فاتيمو (من السهل علينا بيان أن تاريخ فن التصوير، أو أفضل من ذلك، الفنون البصرية، كما تاريخ الشعر في العقود الأخيرة لا معنى لها الا بربطها بعالم صور وسائل الإعلام الجماهيرية أو بلغتها، المقصود، مرة أخرى، علاقات يمكن أن تكون بشكل عام مصنّفة تحت المقولة الهيدجرية الإبلال علاقات تهكمية . أيقونية تضاعف وتلغي أساس صور الثقافة المجمهرة وكلماتها وليس وحسب بمعنى نفي لهذه الثقافة)[1].

لقد أحبط البث التلفزيوني الفضائي مبررات الإستمرار في الجدل العقيم حول تأثيرات التلفزيون على وعي الجمهور وسلوكه، فقد تكشّف منذ التسعينيات أن التلفزيون يرسم 70 بالمئة من صورة العالم في ذهن المشاهد، وفي ظل ثورة الإتصالات المتفاعلة يتوّقع ارتفاع النسبة الى 90 بالمئة وسعت الولايات المتحدة الى فرض هيمنتها على أسواق التلفزيون، لترسيخ نمط حياة شبابها عبر

[1] جياني فاتيمو، نهاية الحداثة، مصدر سابق ص 67

الإسطوانات والأشرطة ولاحقاً عبر التوزيع العالمي للصور الى جانب وسائل أخرى[1]، وهذا يلمح الى فناء السيادات الثقافية لدول، فلم تعد للأخيرة قدرة على ضبط حركة تدفق المعلومات والصور الى داخل حدودها، فكل شيء بات قريباً وسهل التناول والتداول فقد استطاع التلفزيون، مثالاً، جعل ماهو بعيد في الزمان والمكان قريباً ومتزامناً، بحسب جان كازينوف[2].

يوجد في الولايات المتحدة اليوم أكثر من 170 شركة تلفزيونية تبيع أفلاماً للعرض لأكثر من 130 بلداً تقدر بـ (250) الف ساعة وأن شركة واحدة مثل (وكالة فيزنيوز) للأنباء المصوّرة البالغ عدد أعضائها حوالي 200 محطة تلفزيونية من 120 بلداً تملك شبكة واسعة من المراسلين وتوزع ما مقداره 30 فيلماً أخبارياً في اليوم الواحد، وبعد بيعها الى وكالة رويترز في العام 1992 حيث أصبح إسمها منذ العام 1993 رويترز تيليفيجن، تضاعف عدد القنوات المشتركة في خدمات الوكالة خمس مرات

في السياق نفسه، يمكن إضافة أن وزارة الدفاع الاميركية تمتلك 24 مليون من أصل 30 مليون ميل من نظام الإتصالات الاميركي، وللقوات البحرية وحدها علاقة منتظمة مع 600 محطة تلفزيونية و 5000 محطة إذاعية في شتى أرجاء العالم وعشرات المحطات التلفزيونية في أميركا وتصدر ما يقرب من 1000 جريدة و400 مجلة و12 مليون نشرة مختلفة في أنحاء العالم[1].

وتدرك وزارة الدفاع الاميركية تأثير الصورة في صنع اتجاهات معارضة لسياستها في العالم ففي عملية ما سمي بـ (إعادة الأمل) في الصومال في ديسمبر

---

[1] إيريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى وجيز القرن العشرين (1914 ـ1991)، ترجمة هشام الدجاني، دمشق، 1997، الجزء الثاني ـ العصر الذهبي، ص ص 127 ـ128

[2] الان تورين، نقد الحداثة ـ الحداثة المظفرة، مصدر سابق ص 233

[1] هـ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة الكويت، 1986، ص 65 وأنظر أيضاً:

J.William Fulbright (1970), The Pentagon Propaganda Machine, New York, p.46ff

1992، منع البنتاجون الصحافيين كافة من الوصول إلى مسرح العمليات دون تنسيق مع مكتب الإعلام في البنتاغون

وقد عبّرت وزارة الدفاع الأميركية عن احتجاجها في الثامن من ديسمبر 1992 على تغطية وسائل الإعلام مباشرة لوصول طلائع رجال البحرية الأميركية إلى الصومال مؤكدة أن استخدام الأضواء الكاشفة للتلفزيون كان يمكن أن يعرض حياة الجنود للخطر دون طائل وقال المتحدث باسم البنتاغون بيت وليامز أن (الرجال مدّربون على العمل ليلاً، ومزوّدون بأجهزة للرؤية الليلية

وقد فوجئوا كي لا نقول أكثر بأضواء فلاشات آلات التصوير وبالإضاءة) وفي تعليق للكولونيل ديف بوريي المسؤول في مكتب إعلام البنتاغون أن عدداً كبيراً من المشاهدين وبينهم أفراد من عائلات الجنود إتصلوا بمكتبه بعد أن شاهدوا صور الإنزال مباشرة ليعبروا عن سخطهم وغضبهم، وأضاف (لقد اعتبروا .التغطية الصحافية. خطراً محتملاً على أقربائهم).

ثقافة الصورة والبعد الاجتماعي/الاخلاقي

يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري استناداً الى خلاصة ما توصلت اليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري

1 . المؤالفة Socialization حيث يسهم الاعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار إجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته

2 . **السيطرة الاجتماعية** Social Control ويلعب الإعلام بطريقة ما في إعادة إنتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية

3 . **إعداد الأجندة** Agenda Setting وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة أن الإعلام عموماً والمرئي منه خصوصاً يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الإهتمام

4 . **المخاوف الأخلاقية** Moral Panics: وهي تأثيرات نابعة من كون الإعلام ممثلاً لجماعة فرعية أو ثقافة فرعية بوصفها خطرة أو شاذة

5 . **التبدّل السلوكي** Changing Attitude ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبئة الفاضحة والاهتيالية Traumatic Exposure أو كنتيجة للتناوب الناجح Successful Alteration بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة

في منتصف فبراير 1993 تعرّض المجتمع البريطاني لصدمة عنيفة على وقع جريمة أقدم عليها طفلان في سن العاشرة بقتل الطفل جيمس بولجر في إحدى ضواحي ليفربول وألقيا بجثته قرب سكة القطار وقد لعبت الصورة في تحريك المشاعر الوطنية، ما دفع برئيس الوزراء السابق جون ميجور إلى توجيه انتقادات شديدة اللهجة الى منتجات هوليوود، وقال بأن للتفزيون تأثيراً خطيراً على ارتفاع معدل الجريمة، حيث أظهرت إحصائية في بداية التسعينيات أن

الطفل البريطاني يشاهد 18 ألف جريمة قتل سنوياً على شاشة التلفزيون ولم تفلح النقاشات في دوائر عليا للحكومة من وقف تدفق صور العنف، فامتثلوا لقانون المنتجين في هوليوود القائل إننا نلبي رغبة الجمهور

وكان تقرير صادر سنة 1984 ذكر (أن التعرّض المستمر للعنف المتلفز واحد من الأسباب والدوافع للتصرفات العنفية، كالجريمة، والتشابكات بين أفراد المجتمع) وذكرت صحيفة التايمز اللندنية (أن الطفل الملازم للتلفزيون يشاهد على الشاشة قبل بلوغ سن الرابعة عشر ما لايقل عن اغتيال 18 الف شخص)

وفي عام 1991 نشر ستانلي روثمن وروبرت وليندا نتائج مشروع رصد لستمائة برنامج تلفزيوني عرف بإسم (مراقبة أميركا) جاء فيه أن (السهرة التلفزيونية الواحدة تحتوي على نحو 12 جريمة قتل و 15 عملية سطو و 20 عملية اغتصاب وقرصنة، بالاضافة الى عدد آخر كبير من جرائم العنف المختلفة) وفي دراسة أعدّتها مؤسسة عائلة قيصر العام 2003 وجدت بأن 47 بالمئة من العوائل بأطفال بين 4 . 6 سنوات أفادو بأن أبناءهم قلّدوا السلوكيات العدوانية على التلفزيون، بالرغم من أن 87 بالمئة من الاطفال قد يقلّدون سلوكيات إيجابية أيضاً، بحسب ما يشاهدوه على الشاشة[1].

وذكر البروفسور جيفري جونسون من جامعة كولومبيا في العام 2002 بأن واحداً من ثلاثة أطفال يشاهدون التلفزيون من ساعة الى ثلاث ساعات يومياً حين تصل أعمارهم ما بين 14 . 16 عاماً، قد يكون 60 بالمئة منهم مرشّحين للتورط في شجارات وتصرفات عدائية أكثر من نظرائهم الذين يشاهدون التلفزيون بنسبة أقل

---

(1) Research on the Effects of Media Violence; see: http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/effects_media_violence.cfm

تقارير أميركية ذكرت بأن مع بلوغ سن 18، فإن الطفل الأميركي يكون قد شاهد نحو 200 ألف عمل عنفي في التلفزيون وحده ومع تخرّج الطفل الاميركي من المرحلة الابتدائية يكون قد شاهد أكثر من 8 آلاف جريمة وأكثر من 100 ألف عملاً منافياً للقيم(1).

وعلى امتداد عشرين عاماً، راقب خلالها الخبيران رويل هوسمن وليونارد ايرون من جامعة الينوي الاميركية، سلوك 400 طفل، وكانت النتيجة أن العينة التي كانت تداوم على مشاهدة برامج التلفزيون بكثافة وهي في سن مبكرة، كانت أكثر قابلية لارتكاب جرائم مختلفة ويشمل ذلك الجنسين معاً

هناك 3 الى 5 أعمال عنف تبث على التلفزيون في الساعة في الاوقات الرئيسية وأن عنف الإعلام يؤثر على الاطفال من خلال زيادة النزعة العدائية والسلوك الاجتماعي السلبي وتزداد المخاوف من أن يصبح هؤلاء ضحايا، فيما يصبح الإعلام أقل حساسية تجاه العنف وضحايا العنف، وتزيد من شهيتهم لمزيد من العنف في مجال التسلية والحياة الحقيقية(2).

يحاول صانعو الصورة المتحرّكة نفي الاتهامات القائلة بأن منتجاتهم تشجّع على العنف، فيما يقدّم آخرون أدلة مستفيضة على أن من يتأثر بالاعلانات التجارية ويقوم بشراء بعض المواد الاستهلاكية التي جرى الترويج لها عبر الشاشة، لا بد أن يتأثر أيضاً بصور العنف التي تنتجها صناعة الصورة.

---

(1) Brad J. Bushman and Craig A. Anderson, Media Violence and The American Public, American Psychologist, June/July 2001, p.478

(2) See: "Media Violence," AAP Committee on Communications, in Pediatrics, Vol. 95, No. 6, June 1995.

"Suggestions for Parents: Children Can Unlearn Violence," in the Center for Media and Values (now the Center for Media Literacy) Media and Values, No. 62, 1993, "Media and Violence: Part One: Making the Connections

وقد لخّص أحد الاطباء النفسانيين في الولايات المتحدة تأثير التلفزيون على الجمهور، بما نصه (إذا كان السجن هو كلية لدراسة الإجرام، فإن التلفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف) وجاء هذا التصريح في ظل شعور كثير من العوائل بأن التلفزيون يلعب دوراً تخريبياً للقيم التقليدية كالزواج والأمومة والعائلة ففي استطلاع عبر الولايات المتحدة عام 1990، اظهر أن 72 بالمئة من مشاهدي التلفزيون يحبّذون استصدار قانون لمنع السخرية والهزء من المعتقدات الدينية و46 بالمئة لمنع تحقير القيم التقليدية كالزواج والأمومة

وفي عام 1991، أفاد استطلاع أجرته مؤسسة غالوب بأن 58 بالمئة من مشاهدي التلفزيون يشعرون بالإهانة بسبب نوعية البرامج في ساعات العرض الرئيسية، ولم يقل سوى 3 بالمئة أن التلفزيون ينقل أو يعكس قيماً مقبولة[1].

تحوّلت الصورة المتحرّكة الى قناة معرفية مهيمنة، ومصدر ثقافي يومي يفوق بمرات مصادر ثقافية أخرى ففي بريطانيا، مارست الصورة المتلفزة دور المدمّرة لشعبية الكتاب وقيمة الكلمة المكتوبة، بحيث أصبح الناس يقرأون ويتكلمون أقل من عهد ما قبل انفجار الصورة لقد تحقق ما أثار مخاوف المهتمين بمستقبل المعرفة، ففي بداية التسعينيات لحظت كارل فرانسيس حالة المسافرين من مطار هيراكليون فركريت حين تأخّرت الرحلة الى اليوم التالي حيث أمضت وقتها في القراءة مع رفيقتها، فيما كان باقي المسافرين يراقبون الطائرات أو يظهرون الملل، وكان الحل هو مشاهدة التلفزيون[2].

---

[1] هربرت أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، مصدر سابق، ص 211

[2] Daily Telegraph, 12 August 1993, by Graham Lord

السينما وتوهيم الوعي

أضحت السينما أداة لإخضاع الفرد، وتفكيك الاسرة [1] ولعبت شركات السينما دوراً خطيراً في تخريب القيم والعبث بالمبادىء الاخلاقية فالسينما سواء رغبنا أم كرهنا هي القوة التي تصوغ أكثر من أية قوة أخرى الآراء والأذواق والزي والسلوك بل المظهر المدني لجمهور يضم نحو نصف سكان الأرض نشير هنا الى أن نسبة الفيلم الأميركي في قائمة الافلام المعروضة في صالات السينما في العواصم والمدن الرئيسية في العالم تصل الى 85 بالمئة بالقياس الى الافلام المحلية والاجنبية الاخرى

وبرغم انكشاف العالم بفعل هيمنة الصورة، الا أن المجتمع لم يتحرر من صنع الوهم، على هيئة أغراض حيّة، بل أن المناخ الإتصالي الثري هو ذاته عنصر تحريض على التواطىء مع الوهم الذي بات جزءً جوهرياً من مكوّنات وعينا، وغدا ضرورياً لاستدامة الوعي، وهو ما تتكفل به مؤسسات كبرى ثقافية وسياسية وإتصالية تحقق ضمانات الإستقرار عن طريق صنع الواقع الغائب، الوهم

وتوظّف السينما في النظام الرأسمالي لتسدل قناعاً على تناقضاته من خلال ما تثيره في أذهان الشعب. الذين ينتمي غالبيتهم الى ذوي الدخول المتدنية والمتوسطة. من قصص خيالية وأحلام تعوّضهم عن قصور إمكانياتهم المادية

إننا أمام شكل من أشكال القرصنة الثقافية، التي تعيد تشكيل الوعي الفردي والجمعي تحت تأثير اجتياحات الصورة المنتجة بوحي ملاّك الإتصال الذين يصونون مصالحهم عبر تحويل الجمهور الى مدمني الصورة، بكل المواد المدسوسة فيها، ثم يسلمونهم إلى رجال السياسة كيما يحقنونهم بمواقف تخدم أجندة معدّة سلفاً فالسينما تكون للطبقة الحاكمة بمثابة الضمان للإستقرار

[1] الان تورين، نقد الحداثة_الحداثة المظفرة ـ مصدر سابق، ص 188

عن طريق ما تهيئه للحكومات من قوة في التأثير على جماهيرها، يخبر عن ذلك سلسلة طويلة من الأفلام السينمائية التي تقدم كمادة توجيه في حروب الولايات المتحدة مع خصومها حول العالم

سئل الممثل تشيفي تشيس عن العلاقة بين هوليوود وواشنطن، فأخرج حفنة عن الدولارات من جيبه .فهوليوود التي تملك مصالح مالية هائلة تشكل (لوبي) صناعي مثل غيره من اللوبيات الصناعية، لكنها تتميز عنها بأنها تتحكم بالإعلام المرئي والمسموع الذي يعطيها نفوذاً إعلامياً لا مثيل له وحين تقوم الشركات الهوليوودية الكبرى بتقديم تبرعات الحملات السياسيين فإنها تنتظر من هؤلاء في المقابل أن يراعوا مصالحها حين يصدرون التشريعات والقوانين)

في عقد التسعينات جاء من يصف هوليوود بآلة شر لتدمير القيم والتقاليد والثقافة في المجتمع الأميركي، فقد أثار كتاب (هوليوود ضد أميركا .الثقافة الشعبية والحرب على القيم التقليدية) لمؤلفه مايكل ميدفد زوبعة قاسية في أوساط عمالقة التجارة السينمائية في هوليوود وقد تعرّض ميدفيد الى سياسة هيوليوود وشركات الانتاج السينمائي العملاقة التي تقدّم حسب المؤلف، صورة مشوّهة وغير واقعية للمجتمع الاميركي وحاول استباق أي تهمة توجّه له جرّاء تصنيفه كتاب كهذا، وقال في بداية كتابه حين قال إنهم أي صنّاع السينما، يصنّفون من يجرأ بالسؤال عن صدمة التسلية، التي تقدّمها هوليوود في أفلامها، بأنه ينتمي الى الجناح اليميني المتطرف أو أن يكون متديناً متعصباً[1].

ثمة قانون قديم في مجال الإنتاج السينمائي صدر سنة 1930 ينص على أنه (لن يتم إنتاج صورة، في حال كونها ستعمل على الهبوط بالمستويات

[1] Michael Medved (1992), Hollywood Vs America..Popular Culture and the War on Traditional Values, HarperCollins p.3

الأخلاقية لمن يراها)، ولكن هذا التقليد لم يعد سارياً، بل لم يعد مقبولاً في أوساط صنّاع الصورة، الذين قادوا سفينة الليبراليه

تأثير هوليوود على الوعي الفردي والجمعي يمكن قياسه في ضوء خلاصة تحليل قدّمه ميدفيد بما نصه (إن الثقافة الشعبية في الولايات المتحدة ليست مثرية لحياة المواطن الأميركي، وهو تصوير لطبيعة الانتاج السينمائي الذي تقدّمة هوليوود)

ويصوّر المخرج السينمائي الاميركي آلان باكولا مخرج فيلم (كل رجال الرئيس) هذه التغذية المدسوسة من خلال ظاهرة سينما العنف بالقول (العنف في السينما يشبه أكل الملح كلما أكلت أكثر، كلما طلبت كمية زائدة لتشعر بالطعم، فالناس أصبحت متسامحة حيال المؤثرات الخطرة خصوصاً أن عدد القتلى على الشاشة تضاعف أربع مرات وقوة الإنفجارات باتت تصمُّ الآذان مع ذلك ترى الجمهور وقد تأقلم وخضع واستسلم بعد ما تطوّر لديه ظمأ لا يروى الا بالإثارة المجرّدة)

حدث تطوّر دراماتيكي في طبيعة صور العنف منذ عقد الخمسينيات وحتى الآن، ففي عام 1964 أصيب الجالسون في صالة عرض فيلم (السطو الكبير على القتال) بالذعر فيما هرب البعض منهم خارج الصالة، حين وجّه البطل مسدسه نحوهم، ولكن في أفلام الثمانينات باتت لقطات القتل والدم عنصر جذب ضروري، ففي فيلم (داي هارد 2) بلغ عدد القتلى 264 قتيلاً، وفي (رامبو 3) 106 قتيلاً

وفي تقرير ميداني للناقد السينمائي فينست كانبي سنة 1990 لإحصاء كميات الدم المهرقة في السينما، حيث حمل حاسوباً الكترونيا صغيراً وانطلق في جولة على صالات عرض الأفلام السينمائية، لإحصاء عدد القتلى

على الشاشات، وحين انتهى من جولته أجرى مقارنة بين أفلام الأمس وأفلام اليوم وأوجه الشبه بينها، فلاحظ كانبي أن فيلم (ديك ترايسي) المفروض فيه أنه موجّه للجمهور العام بحيث يشمل الأطفال، هو إعادة إنتاج لفيلم (الأمنية الكبيرة) الذي عرض العام 1975، ولكن يفوق فيه عدد القتلى أمثالهم في الفيلم الأصلي، وخلص الى (أن أفلام اليوم أكثر دموية من أفلام الأمس وعدد القتلى على الشاشة في ارتفاع يوازي ارتفاع مستوى التضخم الاقتصادي)، واستنكر الطريقة المثيرة التي تتبعها السينما الجديدة في تحويل القتل (الى ملهاة مضحكة، والحياة الى قيمة تافهة يلقي بها الأقوى في القمامة، ويمضي محشواً بالسخرية والنشوة، لأن غاية انجازاتك أن تقتل أولئك الأشرار بأي صورة وكيفما كان وبالقدر الذي يريحك)

صورة الاسلام وإعادة تنميط الوعي

الهيمنة الغربية على وسائل الإتصال المرئي أطلقت شرارة الحرب الباردة الثانية، حين عقد خبراء ومتخصصون من دول حلف شمال الأطلسي في فبراير العام 1992 مؤتمراً في مدينة ميونيخ الألمانية، لمناقشة السياسة الأمنية لحلف شمال الأطلسي، وكانت كلمات المشاركين تتجه في مسارها العام نحو وضع (الأصولية الاسلامية) خصماً بديلاً عن الشيوعية

وقد نبّه المفكر الفلسطيني الراحل إدوارد سعيد في كتابه (الثقافة والامبريالية) الى أن إصرار الإعلام الغربي على الإشارة للمسملين بالأصولية وما شابهها، يقصد منه تشويه صورتهم، لارتباط الأصولية بالإرهاب في العقل الغربي

في بداية الحملة الاعلامية على الاسلام، نتذكر ما قامت به مجلة (نيويوركر) في منتصف عام 1993 حين رسمت على غلافها الخارجي صورة العربي المتوحش في هيئة طفل يقفز على بيوت لأطفال بنيت من الرمل على

ساحل البحر لتدميرها، أو صورة فيلم علاء الدين الذي أنتجته شركة والت ديزني وعرضته السينما الاميركية والاوروبية عام 1993 ويصوّر فيه العرب والمسلمين بالقساة، والحفاة يعيشون خارج الحضارة

يذكر إدوارد سعيد بأن شركة إديسون المتحدة بنيويورك (شركة كون إيد) حين أرادت أن تقنع الأميركيين بضرورة توفير مصادر بديلة للطاقة، أذاعت إعلاناً تلفزيونياً مثيراً في صيف 1980، يتضمن لقطات متحركة قديمة لبعض الشخصيات المعروفة في منظمة البلدان المصدرة للنفط (أوبك). مثل الدكتور أحمد زكي يماني، والعقيد معمر القذافي، وبعض الشخصيات العربية التي تلبس الزي العربي، وإن تكن أقل شهرة. ويمزج بينها، بالتناوب، وبين بعض اللقطات الثابتة الأخرى، إلى جانب لقطات لشخصيات أخرى ارتبطت أسماؤها بالنفط والإسلام مثل الخميني، وعرفات، وحافظ الأسد ولم يشر الإعلان إلى أي من هذه الشخصيات بأسمائها، ولكن المذيع قال بصوت المنذر المحذّر إن "هؤلاء الرجال يتحكمون في مصادر النفط الأميركية ويعلق سعيد (وكان يكفي أن يظهر هؤلاء الرجال على النحو الذي ظهروا به في الصحف والتلفزيون حتى يعتري الأميركيين مزيج من مشاعر الغضب والاستياء والخوف)[1].

وفي ندوة دولية حول الصورة العربية في وسائل الاعلام الغربية في الفترة ما بين 22. 24 سبتمبر 1993، بدا أن ثمة معادلة إستعمارية ثاوية في تلك الصورة، فقد تحوّلت الكرنفالية الصورية في عاصفة الصحراء عام 1991 الى مواجهة حضارية بين الغرب والشرق، وهكذا نظر إليها الغربيون، ومن تلك العاصفة تمخّض النظام العالمي الجديد بقيادة الولايات المتحدة

[1] إدوارد سعيد، تغطية الاسلام، ترجمة:د.محمد عناني، القاهرة 2005 ص ص 68 ـ 69

وفجأة، وجد الإسلام نفسه قريناً للإرهاب، والتخلف، والإنقلاب والتوتاليتارية، وطبائع العصور الوسطى، وعلى وجه السرعة تم استبدال الخطر الأحمر بالخطر الأخضر، وشعار المنجل والمطرقة تعبيراً عن الكره والعداء والمواجهة بين الغرب الرأسمالي والشرق الشيوعي، ليحل مكانه الهلال والشرق الإسلامي[1].

وقد رصد الدكتور جيمس زغبي رئيس المعهد العربي الاميركي في وشانطن عدة مقالات وكاريكاتيرات حول حادث تفجير مركز التجارة الدولي في نيويورك في فبراير 1993، جمعها من مجلات مثل (نيو ريببلك) وصحف مثل (واشنطن بوست) و(نيويورك بوست)، وتوصّل من خلال قراءتها الى أفكار مشتركة، من بينها أن الاتهامات الواردة في مثل هذه المقالات (لا تقتصر على معاملة المتّهمين وكأنهم مذنبون أصلاً، بل إن هذا التجريم يمتد ليشمل الحركة التي ينتمون والدين الذين يعتنقون)

وربما كان الخبير الفرنسي في الشؤون الاسلامية جيل كيبل أقدر على تفسير هذه الظاهرة بقوله (خلال مواجهة العالم الغربي للشيوعية، كان الهجوم يطال الحكومات ويتفادى الهجوم على الشعوب، أما فيما يرتبط بالإسلام، فإن الهجوم موجّه للدين الذي تؤمن به الجماهير)[2].

فقد تحوّل العداء للإسلام جزءً من ثقافة الصورة في الغرب في الوقت الراهن، حيث تتنكب الكراهية من الكلمة الى الصورة دون تغيير في حدّتها، فصورة العربي والمسلم المقترنة بمفهوم (الأصولي) شحنت بأقصى طاقة عدائية، ولذلك نجد أن من يتكفّل بنقل صورة الاسلام للأميركيين والاوروبيين بصورة عامة هي شبكات التلفزيون والرادو والصحف والمجلات والسينما، فيما تشكل الصورة

[1] محمود اللبدي، الشرق الاوسط بتاريخ 1993/8/5

[2] صحيفة لوموند بتاريخ 1993/2/16

التلفزيونية أكثر واقعية من الواقع نفسه حسب قول الفيلسوف الفرنسي جان بودريار

بكلمات أخرى، كان الرأي العام الغربي بحاجة الى صورة تكسو الفكرة النمطية عن الإسلام، كما غرستها وسائل الاتصال الجماهيرية في الغرب، فالصورة تتيح رؤية الإسلام واقعاً مجسّداً، ولكنها رؤية مستمدة من صور يخيّل للغربي أنها هي الواقع الفعلي للإسلام، ولذلك يبقى الأخير ضلالاً، ولا عقلانياً، وإرهاباً، لا يفرّق فيه بين المعتدل والمتطرف، فالكل سواء في الصورة النمطية عن الاسلام لا غرابة، حين يحجب صانع الصورة في الغرب وجه الضحية حين يكون عربياً ومسلماً، ويشعل ضوءً كثيفاً على الضحيّة الافتراضية، جندياً، أو جاسوساً، أو مهرّباً قدم من خلف المحيطات البعيدة

الفصل الخامس

العلاقة بين البرامج الثقافية والمشاهد

البرامج الثقافية في الخطط البرامجية التلفزيونية

تضع جميع القنوات الفضائية العربية ضمن خططها البرامجية حيزاً للبرامج الثقافية ولكنها متباينة بين فضائية وأخرى، فبعض الفضائيات لا تهتم كثيراً بذلك، بينما نجد الأخرى تضع نسباً محددة للبرامج الثقافية المتخصصة إضافة إلى البرامج العامة التي تحوي مضموناً ثقافياً

لقد أهتم البحث في دراسة هذا الجانب وحدد نسبة البرامج الثقافية ضمن البرنامج العام وأجرى الأستبيانات بما يخدم معرفة ذلك، وكذلك من خلال اللقاءات مع مسؤولي البرامج الثقافية والمتابعة لما يعرض في القنوات الفضائية من برامج ثقافية كما خلصت العديد من الدراسات إلى أن الغالبية العظمى من القنوات الفضائية تقدم برامج ثقافية عامة بالإضافة إلى تقديم برامج قليلة لها طابع ثقافي بحت موجه إلى النخبة أو الصفوة المثقفة أو لجميع المشاهدين، وكان لهذه البرامج التي تقدم مضامين تراعي التقاليد الجمالية حصة في الخطط البرامجية ولكنها ضئيلة جداً

ولكن هنالك في الجانب الآخر العديد من القنوات الفضائية العربية ومن خلال المتابعة، نجدها تهتم بالجوانب الترفيهية فقط، وليس لديها أية برامج ثقافية متخصصة بل أن بعضها تتعمد الأبتعاد عن نشر الثقافة الجادة، وتغالي ببرامج سطحية وقد توقف البحث عند بعضها

تحاول القنوات الفضائية العربية أن تضع أهدافاً عامة مشتركة لبرامجها العامة والثقافية، فهي تسعى لربط المواطنين العرب بالإعلام والثقافة العربية التي تنبع من واقعهم وتعبر عن وجدانهم وتراعى القيم والأخلاق الأصيلة، مما يشدهم لبعضهم البعض، وخصوصاً أن العديد بل الملايين من المهاجرين العرب وجدوا ضالتهم بالقنوات الفضائية وأصبح بأمكانهم أن يتابعوا

الثقافة والشؤون العامة في بلدانهم وهي ميزة لم تتوفر إلا في العقود الأخيرة، مما يساعدهم اليوم على ربطهم وتواصلهم مع بلدانهم وثقافتهم الأم من خلال البرامج الثقافية والبرامج العامة

وقد راعى معدوا ومنسقوا البرامج التلفزيونية في بعض القنوات الفضائية العربية أهمية البرامج الثقافية وأعطوها حقها من ساعات بث مناسبة قياساً مع البرامج الأخرى، لكن للأسف أن قنوات أخرى لم تراعي ذلك

ومع تكاثر القنوات الفضائية العربية ظهرت الحاجة إلى التنسيق بين هذه القنوات سواء في النواحي التكنولوجية أو في الجوانب البرامجية وبالذات الثقافية منها، وطرح مشروع دراسة إمكانية إنشاء قناة فضائية ثقافية عربية في أجتماع اللجنة الدائمة للإعلام العربي بالجامعة العربية المنعقد في بيروت نهاية آب 1997م، ومن ضمن توصيات هذا الاجتماع التي تخص البرامج الثقافية والثقافة، الشروع في تنفيذ آليات التنسيق التي نص عليها دليل التنسيق بين القنوات الفضائية العربية ، وإعداد دراسة حول التشريعات الدولية والقومية المتعلقة بحقوق التأليف وأنعكاساتها على العمل الإذاعي والتلفزيوني، كما أوصى الإجتماع القنوات الفضائية العربية بالتعامل مع الأدباء والكتاب العرب ونقل الفعاليات الثقافية إلى الشاشة مع السعي إلى تشجيع المواهب الواعدة في مجال الكتابة التلفزيونية، كما وجهت الدعوة إلى الجهات المنتجة بمن فيها القنوات الفضائية العربية إلى إنتاج المزيد من الأعمال ومن الأعمال الوثائقية المهمة.[1]

لكن للأسف أن الواقع وحتى الدراسات أثبتت أن الأهتمام بالبرامج الثقافية ليس بالمستوى المطلوب ففي أحدى الدراسات التي تناولت ثماني قنوات

[1] د. أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط1، ص153

عربية، (كعينة ممثلة ل لقنوات الفضائية العربية ، وبأستخدام أداتين منهجيتين هما أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الأسلوب، خلصت الدراسة إلى مجموعة من الحقائق التي تكشف عن أداء هذه القنوات في علاقتها بالثقافة العربية و أكدت أنها تركز على وظيفة الترفيه على حساب وظيفة نقل الواقع وفهمه وتحليله ونقده

العلاقة بين البرامج الثقافية والمشاهد

من الطبيعي أن نجد أختلافاً بين المشاهدين ومدى متابعتهم لل برامج الثقافية، ولأسباب عديدة ذكرنا قسماً منها في مكان آخر من البحث، ويمكن القول أن الحالة الأقتصادية والأجتماعية والمستوى الثقافي والعلمي للفرد هي التي تحدد تلك العلاقة وتؤشر إلى مدى التجاوب والمتابعة ومن ثم الأستفادة والتفاعل والتأثير على السلوك والتعامل للمتلقي

لذا وضعت الدراسة في بالها هذا الجانب وحددت العديد من المحاور والأسئلة التي توضح عملياً طبيعة هذه العلاقة، ف التلفزيون هو المشاهدة وهو الكلمة، وهو التسلية، وهو التعليم والثقافة وهو الإبداع

كما يجب أن نؤكد أن ل لتلفزيون مجموعة من القيم تتمثل في القيم الفنية والجمالية والنفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية، فالتكنولوجيا المتطورة والأجهزة الحديثة والمؤثرات الصوتية وغيرها من التقنيات الحديثة والتي تسهل وتجذب المشاهدين من كل الأصناف والفئات والأعمار، كما أن الإبداع الفني واللغة المتميزة والمعبرة التي يقدمها المبدعون، والتي تعتمد على الدراسة والموهبة والخبرة والقدرة التخيلية المتميزة، وأختيار اللقطات التي تحدث التفاع ل والإعجاب بين البرامج الثقافية وجمهور المشاهدين، وهذا بالتأكيد له تأثيره النفسي على المتلقين، وللتلفزيون قيم حضارية تهم الجميع لما له من قدرات

تسهل الاتصالات ومعرفة الشعوب ببعضها البعض وبالتالي نقل خبراتها وثقافاتها، وللبرامج الثقافية دور كبير في هذا الشأن، حيث الثقافة العربية أصبحت اليوم عالمية التداول بفضل البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العالمية كما هنالك قيما سياسية واجتماعية مهمة يقدمها التلفزيون ضمن قوالب تلفزيونية متعددة

يتطرق البحث أيضا إلى دراسة جمهور المتلقين ل لبرامج الثقافية وطبيعة الجمهور وخصائصه ووضعه الاجتماعي ومستواه التعليمي وقدراته الاقتصادية، ومدى متابعته ل لبرامج الثقافية، وأسباب متابعته أو عدم متابعته لها، وأفضل أوقات المشاهدة وما هي الموضوعات التي يهتم بها ويفضلها، وغيرها من الأسئلة التي يمكنها أن تعطينا صورة شاملة عن هذه العلاقة

لربما الحديث عن البرامج الثقافية في الخطط البرامجية التلفزيونية وعن العلاقة بين البرامج الثقافية والمتلقين يقودنا إلى التطرق إلى نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)، والتي تتطلب دراسة وتحليل العملية الإعلامية ومعرفة سياسة الاتصال المتبعة في القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمضمون البرامج، وتحليل محتوى هذه البرامج الثقافية وتحديد الأفكار والقيم الأكثر شيوعا وتداولاً وتكراراً ، ومعرفة مدى الإسهام في تكوين المشاهدين وغرس تصورات وقيم لديهم، وعملية الغرس تتعلق بتعريف الثقافة، فإذا كانت الثقافة حسب تعريف تايلور هي (كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك)، فأنه يمكن تعريف الغرس على أنه (زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرات لدى من يتعرض لها وخاصة وسائل الإعلام) والغرس حالة خاصة من عملية أوسع هي التنشئة الاجتماعية على أساس أنه

بقدر ما يشترك الناس في شبكة الثقافة، فأنهم يتحدون معاً على أساس من الوعي الجماعي)[1] .

وتقوم نظرية الغرس الثقافي على خمسة فروض رئيسية هي:[2]

- أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تعادل تكوّن الوعي المشترك أصبحت منتجاً تقدمه وسائل الإعلام
- أن التلفزيون يختلف عن أية وسيلة أخرى وأنه مقارنة بهذه الوسائل الأخرى ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، أن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واعٍ.
- ويدور حول التعرض التراكمي للتلفزيون، حيث أن خلق وجهات نظر وغرس معتقدات لدى آخرين يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لعالم التلفزيون.
- يرتبط بتماثل وسائل التلفزيون حيث، يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصور بها من خلال التلفزيون.
- يؤكد وجود ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي، بحيث تتشابه إدراكات كثيفي المشاهدة، ويظهرون أحياناً إدراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع الموضوعي

ولهذه النظرية العديد من الآراء والدراسات المهمة والتي تم سردها فى الفصل الثانى (الأصول النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام)

---

[1] Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books, n.d.p.3.

[2] أميرة سمير طه، دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة، 2001م، ص7.

الاعلام المرئي والعنف

للتلفزيون ميزة خاصة كونه الوسيلة التي تعتمد الطبيعة التلازمية لثنائية الصوت والصورة في نقل المضمون الاعلامي وله بذلك تأثير مزدوج على المتلقي الأول هو تأثير الصورة على نفسيته بشكل مباشر ولا تؤثر على عقله وأصبحت هي التي تشكل (الاتجاهات وتصوغ القيم وتوجه السلوك لملايين المشاهدين)[1] .

والثاني هو تأثير الكلمة التي يمكن أن تفعل فعلها المؤثر على المتلقي إن هي استخدمت بالطريقة الصحيحة والمؤثرة ، وعليه فأن للصورة التلفزيونية أثراً كبيراً على المتلقي من حيث الفهم والاستيعاب ، فهو لا يحتاج الى عناء وجهد وتحليل ليفهم ما يريد أن تقوله الصورة، فالتلفزيون هو وسيلة (انصاف المتعلمين لفهم ما يدور حولهم وبناء معارفهم الموجودة أساسياتها لديهم)[2]، فالصورة التلفزيونية تساعد المتلقي في الاحتفاظ بالمعلومات الواردة في المضمون التلفزيوني بصورة مباشرة أو غير مباشرة حسب فهم المتلقي ودرجة استيعابه وهذا الاحتفاظ يكون أبقى أثراً وأقل احتمالاً للنسيان خاصة على المدى الطويل وقد أثبت التلفزيون نجاحه كوسيلة اعلامية يفهمها المتلقي وتؤثر فيه ويتأثر فيها (فمن المعروف انه كلما زاد التأثير على حواس المتلقين كلما زاد نجاح الوسيلة في تحقيق أهدافها)[3] .

---

[1] Andeson . D.R. Chidren and Television across National comparison , Academy of political and social sciencel 1998 . P 17

[2] السيد بهنسي حسن استخدام نموذج الاهتمام ودوافع المشاهدة في اتخاذ القرارات الخاصة بتقييم موضوعات برامج الأطفال في التلفزيون المصري مؤتمر الطفل المصري بين الخطر والأمان جامعة عين شمس 1995 ص 22 .

[3] د حسن السوداني أثر العرض البصري القائم على خصائص الصورة التعليمية التلفزيونية في عملية التعرف لدى طلبة كلية الفنون الجميلة رسالة دكتوراه غير منشورة – جامعة بغداد 1996 ص 11 .

أن دور التلفزيون يزداد أهمية في حياة الناس كل يوم ، فهو يهدم الفواصل بين الحقيقة والوهم وهو يتمتع بتقنيات اغراء ووصول الى المتلقي لا يقاوم ، ولطالما أشير الى أن وسائل الاعلام وفي مقدمتها التلفزيون تساعد على ترسيخ نظام من الأوليات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه وهي في سعيها الى تحقيق ذلك ، تعمل على أن تسجل الماضي وتعكس رؤية الحاضر فحسب (وانما هي قد تؤثر على المستقبل أيضاً)[1]

(ويعتبر التلفزيون الوسيلة الجماهيرية الأهم والأقوى والأكثر تأثيراً في جمهور المشاهدين ، فهو ينقل أفكاراً ومواقف ونماذج للتصرف ، كما أن له تأثيراً جذرياً على طرق(تفكيرنا واحساسنا وتصرفاتنا)[2].

وتاكيداً على ذلك ما توصل اليه برنامج (حوار العرب) الذي عرضته الفضائيه العربيه حيث خصص البرنامج حلقته ليوم 2008/5/8 لمناقشه موضوع الإعلام والإرهاب بمشاركه متخصصين يعملون في مراكز الدراسات والبحوث في كل من القاهر ة وعمان وواشنطن وشارك فيه ايضاً مجموعه من اساتذه وطلبه عدد من جامعات القاهر ة. و بعد مناقشات دارت ع لى مدا ر ساعه كامله وتركزت حول المؤسسات الاعلاميه ومسؤليه العاملين فيها والقائمين عليها في ما يتعلق بالترويج للارهاب او الحد منها اجرى البرنامج استفتاءا للطلبه المشاركين فيه و على الهواء مباشرة و نشرت تفاصيله على (العربيه.نت) تناول الاجابه على اسئله ثلاثه وقد أكدت اجابات معظم المبحوثين (48٪) على أن التلفزيون هو الوسيلة الأعلامية الأكثر نشرا للدعاية الأرهابية.

---

[1] المجلس القومي للطفولة والامومة واتحاد الاذاعة والتلفزيون استطلاع رأي الأطفال في برامجهم الاذاعية والتلفزيونية من خلال المناقشة الجماعية القاهرة – المجلس القومي للطفولة والامومة 1994 ص 14 .

[2] فرنسيس بال /مدخل الى وسائل الأعلام . ترجمة عادل بروراي. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم /تونس 1996ص7.

وعليه فان علماء الاتصال (هارولد إنس و مارشال ماك لوهان و جورج جرنر) يبشرون بقدوم مجتمع يخضع لسيطرة وسائل الاتصال بشكل كامل من حيث تأثيرها العميق والطويل الأمد على طرق التلقي والقيم وسلوكيات الأفراد .

ان تأثير وسائل الاتصال ومنها التلفزيون ، مشروط بالدرجة الأولى بردة فعل المتلقي التي هي (مرتبطة بثقافة وسطه الاجتماعي أو طائفته) [1]، وبسبب كون التلفزيون وسيلة اتصالية لها تأثير مباشر وغير مباشر على جمهور المتلقين فأن هناك علاقة بين كثرة المشاهدة وقابلية ممارسة العنف خاصة لدى فئتي الأطفال والمراهقين الذين يحملون استعدادات نفسية ومجتمعية ، وقد لخص (هانت) الرئيس السابق للجنة الاتصالية الفيدرالية الامريكية هذه النظرة الى التلفزيون حيث ذكر في دراسة حديثة له (انه ليس هناك جدل حول عنف وسائل الاعلام وهذا ما أكدته أكثر من ثلاثمائة دراسة أجريت قبل العام 1971 حيث قالت انه توجد علاقة قوية بين مشاهدة التلفزيون والسلوك العدواني)[2] .

ان المضمون التلفزيوني قادر على أن يستخدم الصوت والصورة بطريقة فعّالة وفريدة عبر الخطاب المباشر الذي يجد فيه المشاهدون أنفسهم وجهاً لوجه مع من يتحدث اليهم مباشرة من على الشاشة ويملكون أيضاً اتصالاً بصرياً وهمياً بالمتحدث .

وانطلاقاً من موضوعة التأثير الذي يحدثه التلفزيون على المشاهدين فأن العنف الذي نشهده في التلفزيون انما يرتبط بالعنف في المجتمع ولا يمكن أن نضع ظاهرة استشراء العنف في أكثر من بقعة في العالم على (شماعة)

---

[1] دنيس ماكويل / الاتصالات الجماهيرية والمجتمع – نفوذ الاعلام وتأثيراته / ترجمة د . أسعد أبو لبدة دار البشير بيروت 1976 ص 46 .

[2] جون كورنر / التلفزيون والمجتمع / ترجمة د أديب خضور – دمشق 1999 ص 17 وص 27 .

التلفزيون فقط اذ أن التلفزيون لا يمكن أن يكون المؤثر لوحده في انتشار ظاهرة العنف ، وانما هناك أمور تساعد في ذلك منها الأمية البطالة التطرف الديني الصراع السياسي ، وعليه (فأن العنف على الشاشة الصغيرة ليس مدخلاً أكيداً الى تكوين العنف والانحراف عند الأطفال والشباب ، انه يصبح كذلك اذا اجتمعت اليه عناصر أخرى من اشكال العنف في المجتمع وفي التكوين النفسي والجسدي مثل العوز وانخفاض معدلات الذكاء عند الفرد الميل الداخلي الموروث الى العنف والأجواء العائلية والاجتماعية) [1].

أن ايجاد الاثارة وتوليدها يعتبر ان من أهم الوظائف الاتصالية المهمة التي يضطلع بها التلفزيون ، وقد سار التلفزيون على هذا المنوال منذ بدايته وحتى الآن ، وبطبيعة انتقائية حيث يتم انتقاء ما سيتم تقديمه على الشاشة واتخاذ قرارات توجيهية بخصوص كيفية تصويره ومن ثم اتخاذ قرارات تحريرية لاحقة متعلقة بكيفية تنظيمه وترتيبه و(جرعات) الاثارة التي (تُصَبُّ) فيه .

وهذا يوضح جزءاً من مقدرة التلفزيون على أن (يصدم) المتلقين الذين قد يعرفون مسبقاً أشياء عن الظروف والاحداث التي تم تصويرها (ولكن لم يطلعوا عليها بصرياً وتفصيلياً) [2]، وبهذا أصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الاتصالية المهيمنة التي يستخدمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر رئيس وموثوق للحصول على المعلومات وانطلاقاً من افتراضية أن التلفزيون يمارس تأثيراً هاماً على تشكيل وتحديد موقف الجمهور وسلوكه فأن من هذه المواقف والسلوكيات ما يتعلق بالتحريض على أعمال العنف ، أو على تقليد ما تمت مشاهدته على شاشة التلفزيون

(1) John Ryan . Willam M. Wena worth media and social : the production of culture in the maddmedia .Boston . 1999 P.50

(2) ادوارد واكين / مقدمة في وسائل الاتصال – ترجمة وديع فلسطين / القاهرة 1988ص 103

هذا التقليد الذي يعني في علم النفس التربوي (اكتساب السلوك والتصرف من خلال تقليد نموذج مثالي ، انساني أو غير انساني يعجب به المتلقي وخاصة الطفل فيسير على منواله)[1].

وقد ورد في دراسة احصائية أمريكية جرت في بداية التسعينيات أن خمسة عشر فيلماً بوليسياً عرضها التلفزيون اشتملت على اربعمائة وست جرائم وحشية (وهناك حقيقة مفادها أن التلفزيون يعرض من الجرائم ما يعادل عشرين مرة بقدر الجرائم التي تحدث في الحياة الاعتيادية) [2] ولكن هل أن التلفزيون يعمل على نشر الارهاب ؟ وهل هناك علاقة سبب ونتيجة بين التغطية الاعلامية التي يقوم التلفزيون والارهاب ؟ من الرافضين لفكرة الربط بين التلفزيون والارهاب هو (روبرت جي بيكارد) من جامعة ميسوري الأمريكية الذي يقول في دراسة له اتهامات خطيرة يدعمها علم مريب) (انه ليس هناك دليل علمي كاف يثبت أن التغطية الاعلامية التي يقوم بها التلفزيون تحفز بالفعل على الارهاب)[3].

وقد بات من العسير تحديد الأعمال التي توصف بأنها ارهابية والتي لا يمكن أن تثار حولها ضجة اعلامية ، وهذا قد يثبت أن الارهاب لا يمكن أن يترعرع دونما رعاية أو دعاية ، حيث أن تمجيد النشاطات الارهابية عن طريق توفير تغطية شاملة لها (تعرض الحدث الارهابي كشيء يغري الأخرين على تقليده)[4].

---

[1] نزها الخوري أثر التلفزيون في تربية المراهقين دار الفكر اللبناني بيروت 1997 ص 203.

[2] دوريس ايه جريبر سلطة وسائل الاعلام في السياسة ترجمة أسعد أبو لبدة دار البشير بيروت 2002 ص 410.

[3] روبرت جي بيكارد اتهامات خطيرة يدعمها علم مريب – التغطية الاخبارية كناقل للارهاب ترجمة أسعد أبو لبدة بيروت دار البشير /1996 ص6.

[4] هيموليت اوبنهام فاشل دراسة تجريبية عن آثار التلفزيون نيويورك 1988 ص 132.

أن اقتطاع التلفزيون مساحة زمنية من فترات بثه لكي يعرض الارهابين وما يقومون به وتوفيره التغطية الاعلامية اللازمة لهم يحمّله قدراً من المسؤولية لوجود (عَرَض) المقلد للارهاب خاصة بين الشباب ومن ذلك أيضاً قيام التلفزيون بعرض حوادث اختطاف الطائرات ومحاصرة السفارات والتي (شكلت أدلة على مساعدة التلفزيون في نشر أنماط من النشاط الارهابي)[1].

كما أن أن التغطية الشاملة وغير المتوازنة في الطرح لأي حدث ارهابي انما يشجع على تكوين جماعات ارهابية جديدة تحاول من جهتها أيضاً الاستفادة من التغطية المجانية التي يقوم بها التلفزيون للنشاطات الارهابية لكي تكون هذه الجماعات في واجهة الأحداث اليومية ، الأمر الذي يغري جماعات أخرى أو أفراداً آخرين للقيام بأعمال عنف ارهابية أكثر جرأة طلباً للشهرة بعد الحصول على تغطية اعلامية مجانية (وبهذا يكون التلفزيون ناقلاً لعدوى الارهاب يدخل بها كل بيت)[2].

هذا ويعد موضوع العنف في الاعلام المرئي من أكثر الموضوعات التي حركت بحوث وسائل الاتصال الجماهيري ، واتسمت بالاتساع والتعقيد والجدل ، وذهب البعض من هذه البحوث الى أن تراكم هذا العدد الكبيرمن المعطيات والدراسات المتخصصة في هذا الموضوع (يبرهن على صحة فرضية وجود علاقة سببية بين العنف في الاعلام المرئي والسلوك العدواني) [3].

حيث أن تأثير الاعلام المرئي على المتلقين يكتسب من خلال سلوكيات الأفراد الذين يقضون وقتاً أطول أمام هذه الوسيلة الاعلامية على حساب ما

(1) Braian , M , Jenkins : TheBsychological I mplications , of media – covered terrorism , the rand paper series. 1998 P.62 .

(2) جيمس . و . هالوران / التلفزيون وظلال المستقبل / دراسة مترجمة / ترجمة بدوي عبد الفتاح القاهرة 2002 ص 135 .

(3) ج . م . دوميناك / السينما والعنف / ترجمة سعيد توفيق القاهرة 1987 ص 230 .

يخص الأنشطة الأخرى ، والانبهار بالمواضيع المطروحة خاصة اذا كانت تقدم باسلوب درامي مؤثر ان من المستحيل تأكيد أن عادة مشاهدة التلفزيون تلبي احتياجات محددة

غير أن التعرض الطويل لهذه الوسيلة الاعلامية يمكن أن يمهد لافتقاد الروح المعنوية لدى المتلقي والاحساس بعدم الأمن وصعوبة التكيف وافتقاد الأصدقاء بسبب غياب الصلات الاجتماعية خاصة (بالنسبة لشريحة مجتمعية مهمة هي شريحة الأطفال والشباب الذين هم الأكثر عرضة للتأثر بهذه الوسيلة الاعلامية اجتماعياً واخلاقياً وسلوكياً) [1] .

وقد اختلفت درجة العلاقة بين التلفزيون وزيادة معدلات العنف بين دولة وأخرى ، لكن الواضح أن للاعلام المتلفز تأثير على جمهور المتلقين بدرجات متفاوتة (بسبب الخلفيات الثقافية والعوامل الاقتصادية والتعليمية والحياة الشخصية) [2] وتبقى عملية التأثير ودور وسائل الاعلام خاصة التلفزيون وعلاقتها باستشراء ظاهرة العنف بين الشباب تختلف من دولة الى اخرى ومن مجتمع الى آخر

الاعلام المرئي وتأثيره على المتلقين

يحدث البث الفضائي العربي انقلاباً في المفاهيم والقيم السائدة في المجتمع ، والمستقبل مفتوح على تحديات كبيرة ، فللاعلام المرئي تأثيره الكبير على حياتنا اليومية ، فهو داخل كل بيت ، ووافد الى عقول كل الناس وقلوبهم والتلفزيون يعتبر الوسيلة الجماهيرية الأهم والأقوى تأثيراً على جمهور المتلقين وباستطاعته أن يغيّر بعض الانماط السلوكية السائدة في المجتمع واكتساب

[1] ايمان أحمد خضر / الانتماء في برامج أطفال التلفزيون المصري / رسالة ماجستير / معهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس 1993 ص 13 .
[2] أشرف جلال / دوافع استخدام الجمهور المصري للاعلان التلفزيوني واشباعاته / رسالة ماجستير كلية الاعلام / القاهرة 1995 ص 20 .

عادات وقناعات جديدة ، والعبرة هنا (ليست بالوسيلة وانما بالرسالة التي تقدم من خلال هذه الوسيلة)[1].

أن تأثير الرسالة و (المضمون) الاتصالي المرئي يبرز بالطريقة التي تقدم بها وبكيفية استقبال (المتلقي) لها وبدرجة استيعابها ، وهذا يتوقف على قدرة (المتلقي) الثقافية ومستواه الاجتماعي والمالي وارتباطه الديني ، أي أن تأثير وسائل الاتصال مشروط بالدرجة الأولى (بردة فعل المتلقي التي هي مرتبطة بثقافة وسطه الاجتماعي أو الطائفة التي ينتمي اليها) (2)وبتعبير آخر أن تأثير الوسيلة الاتصالية يقاس بنسبة الحاجات التي تلبيها ، وهنا يمكن للانتقائية أن تتحكم في تأثير وسائل الاتصال ، وهذه (الانتقائية) تتعلق بالأراء المسبقة وبشبكة علاقات (المتلقي) الخاصة .

أن التلفزيون يتمتع بتقنيات اغراء ووصول الى المتلقي لا تقاوم، وهو يختلف عن أيّة وسيلة اتصالية أخرى بأنه(ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور ، وأن المتلقين يتأثرون بالمضمون التلفزيوني بشكل غير واع)[3].

ويؤدي التعرض المتكرر لهذا المضمون الى تقديم عالم متكامل من الرسائل والصور المتكررة يتقد المشاهدون معه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يقدمها عالم التلفزيون أن اتجاهات آراء الجمهور تعتمد في المقام الأول على حجم ما تكمله له هذه الوسائل من عناصر ثلاثية هي المكون العاطفي والمعرفي والسلوكي

[1] اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري ومركز بحوث الرأي العام / الشباب المصري والتلفزيون – محددات السلوك الاتصالي / دراسة مسحية – القاهرة 2002 ص21 .

[2] دينا يحيا مرزوق /استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والاشباعات التي تحققها . رسالة دكتوراه /القاهرة /1999 ص65.

[3] اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري / تقييم برامج التلفزيون – دراسة بحثية / القاهرة 1988 ص19 و ص32.

ومن الواضح أن المتلقي قد يلجأ الى وسائل الاتصال لازالة حالة الغموض التي تصادفه أو نتيجة لنقص المعلومات ، حيث يتفوق التلفزيون في ظل ثورة الاتصال على الوسائل الاتصالية الأخرى وذلك نتيجة لتكنيكات الصورة المستخدمة وما يصاحبها من تحليل للحدث مما يساعد في زيادة ادراك الجمهور المتلقي وتحقيق اشباعاته من خلال الاعتقاد بواقعية مضمون المعلومات المقدمة

وتحدد نظرية الاعتماد (اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام) طبيعة الفرد بهذه الوسائل ، فكلما اعتمد المتلقي على هذه الوسائل لاشباع حاجاته المعرفية ، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية وتختلف عملية (الاعتماد) عن عملية (التعرض) للوسيلة الاتصالية ، فالتعرض قد يتم على سبيل الصدفة أو بطريقة عضوية دون قصد ، بينما (الاعتماد) يتم وفق منظور (الجمهور النشيط)الذي يختار الوسيلة التي تحقق له اشباعاته ومعتمداً عليها في الحصول على المعلومات التي تحقق له أهدافاً معينة ويعتبرها مرجعاً لاتخاذ القرارات

ومهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الاتصالية فإن المضمون الاعلامي أو الرسالة يجب أن تصاغ وتقدم وفق خصوصية وطبيعة كل مجتمع وإلاّ قوبلت بالرفض ، اذاً الوسيلة الاعلامية والجمهور الذي توجه له الرسالة يؤثران على ما تقوله تلك الرسائل ، ودرجة تفضيل ورضا المشاهدين عن أي مضمون تلفزيوني تتناسب طردياً مع (أميتهم) وتدني مستوياتهم الثقافية ، ففي بحث أجراه التلفزيون المصري عام (1988) وفي سؤال عن مدى الرضا عما يقدمه التلفزيون من برامج وفقرات ، أجاب (حوالي ثلاثة أرباع العينة 32 و73٪ انهم يشعرون بالرضا تماماً ، وقال 68 و24٪ انهم راضون الى حد ما ، وكانت البقية الباقية 2 ٪ جوابها الرفض وعدم القبول بما يقدمه التلفزيون من برامج وفقرات) .

ويتناول النقاش الذي يدور حول احتمالية تأثير المضمون التلفزيوني على المشاهدين من حيث

- القياس المحتمل لحصول هذه النتائج
- الجوانب المتحكمة في حصول هذا التأثير من حيث مضمون الرسالة ودرجة استفادة المتلقي من هذا المضمون استناداً الى درجة استيعابه المعتمد على مستواه الثقافي والاجتماعي وسنه وجنسه وانتماءه الطائفي والديني

ولقياس حصول مثل هذا التأثير نضرب مثلاً بالنشرة الجوية التي تقدمها معظم القنوات التلفزيونية .

السؤال هنا هل يمكن حسبانها ضمن عمليات التأثير التي يقوم بها التلفزيون ؟ ومن المؤكد أن النشرة الجوية تمارس تأثيراً على الناس باتجاه تكييف وموائمة سلوكهم وتتسبب في أحداث والغاء أحداث معينة ، وهذه النشرة تقوم أيضاً بدور المرشد والدليل في التخطيط لليوم التالي ونوعية اللباس المناسب ، ولكن هل من الممكن حسبان كل هذا المضمون ضمن مجال التأثير ؟ الجواب لا وذلك لأنها مجرد عملية نقل المعلومات وليست فيها وجهة نظر ، حيث أن من المعروف أن التأثير يتعلق بتوليد مواقف وآراء

وقد أصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الاتصالية المهيمنة التي يستخدمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر رئيسي وموثوق للمعلومات العامة ، وقد تكون هناك اختلافات بين الروايات التي يقدمها التلفزيون للأحداث وبين توقعات الجمهور ، لكن أي اختلاف يكون دائماً لصالح الرواية التلفزيونية ، حيث أن الطبيعة الجماهيرية للتلفزيون تجعل للمشاهدة رجع صدى عند المشاهد من خلال اعتناق الفكرة وفهم ما يعرف والايمان به والتعاطف معه

والطبيعة الانتقائية للتلفزيون تجعل له مقدرة على أن يدع الناس يرون أنفسهم من (خلال ادراكات حسية بأن مايشاهدونه هو جزء من الواقع) [1].

كما أن للتلفزيون قدرة على أن يصدم المشاهدين بما يرونه على الرغم من معرفتهم المسبقة بالظروف والأحداث التي تم تصويرها وعرضها للمشاهدة كما انه يملك سياقات اجتماعية ومكانية تتم المشاهدة من خلالها وهو في ذلك يتميز عن الوسائل الاتصالية الأخرى ، وهذا التميز يتيح له أن يكون ذا تأثير أكبر على المتلقين الذينيجمع بينهم المكان والنطاق الأسري الواحد بما يحقق فهماً أكبر لما يريد أن يقوله مضمون الرسالة التلفزيونية الذي يحقق غالباً اشباعاً لدى المتلقين

وقد تناولت عدة دراسات وبحوث التأثير الذي يحدثه التلفزيون في جمهور المتلقين واتخذت من موضوعي التأثير والاعتماد كاطار نظري لها حيث استخدمت هذا الاطار (عزة عبد العظيم) في دراستها (حول اعتماد البالغين على التلفزيون كمصدر للمعلومات حول المخدرات) [2] وخلصت (أمل جابر) الى أن (التلفزيون المصري يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه الجمهور في الحصول على المعلومات حول الأحداث الخارجية) [3] .

كما انتهى محمد الفقيه الى (أن التلفزيون يعد المصدر الأول الذي يعتمد عليه الجمهور اليمني في الحصول على المعلومات الأساسية) [4]

---

[1] ستيوارت هول / التلفزيون كوسيلة اتصالية / لندن 1975 ص24 .

[2] Abdel Azim , Aza , Television Dependency and Inowledge / of drug abuse among Egyptian adults , unpublished Thesis of Master A . U. C . Journalism and mass commuication Departement / 1993

[3] أمل جابر / دور الصحف والتلفزيون في امداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية / رسالة ماجستير / كلية الاعلام جامعة القاهرة/ 1996 ص 18

(4) محمد الفقيه / دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية . دراسة مسحية / رسالة ماجستير كلية الاعلام جامعة القاهرة 1997 ص26 .

كما أكدت دراسة قامت بها ليلى حسن (أن التلفزيون يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه طلاب الجامعات المصرية في متابعة الأحداث الجارية)[1].

وأكدت دراسة قام بها عادل عبد الغفار (أن التلفزيون المصري، وقناة الجزيرة، وقناة سي أن أن الاخبارية أهم المصادر التي اعتمد علي ها طلاب الجامعات المصرية في متابعة أحداث 11 سبتمبر وتوابعها)[2].

وهناك اتجاه ينزع الى تبسيط مشكلة العنف في وسائل الاعلام، واتجاه آخر يدافع عن وسائل الاعلام، ومبرراته انه توجد مصادر أخرى للعنف في المجتمع (أن العلاقة بين العنف ووسائل الاعلام علاقة سببية بسيطة وأن كثير من العلماء يجعلون وسائل الاعلام كبش فداء وسبب لكل الانحرافات والآفات التي تظهر في المجتمع) [3]ولما كانت علاقة وسائل الاعلام بالعنف جديرة بالدراسة، فأن أول ما ينبغي عمله هو ابعاد الاعلام عن قلب الموضوع والتسليم منذ البداية بأن الاعلام لا يمكن أن يلعب لوحده دوراً رئيسياً في موضوع العنف والارهاب، انما هناك بؤراً ضاغطة تتمثل في العنف أو السلوك العنيف في المجتمع وأن ما يهمنا من وسائل الاعلام على الأقل فيما يختص بهذه المشكلة هو (العلاقة إن وجدت بين وسائل الاعلام من جهة وبين السلوك العنيف من جهة أخرى) وعلى الرغم من هذه الآراء والاتجاهات التي حاول بعضها ايجاد علاقة مباشرة بين الاعلام المرئي واستشراء ظاهرة العنف.

---

(1) ليلى حسين السيد / دور وسائل الاتصال في امداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في اطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام. المؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية الاعلام / الاعلام وقضايا الشباب /جامعة القاهرة/ 1998 ص176.

(2) عادل عبد الغفار / مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث 11 سبتمبر وتوابعها / المؤتمر العلمي الأول لقسم الاذاعة والتلفزيون / كلية الاعلام - جامعة القاهرة /2002 ص38.

(3) Wonds : Television and social behavior . New york 1986 P.221 .

Michal Schudson : Discovering the news . New tork : Basic Books . 1048 P.112

ونفى البعض الآخر وجود مثل هذه العلاقة ، فلطالما أشير الى أن وسائط الاعلام ومنها التلفزيون على وجه الخصوص ، تساعد على ترسيخ نظام من الاولويات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه ، حيث أن الاتساق والتكرار الذي تقوم به وسائط الاعلام عند تناولها لحدث ما يعملان على ترسيخ فكرة عنه في عقل المتلقي .

واذا ما قدم المضمون بشكل متماسك ومؤثر من حيث معرفة واقع الفئات المستهدفة فإن ذلك من شأنه أن يرسّخ في الأذهان واقعاً يتناغم وما هدف اليه (المضمون) وكلما (ازدادت الصورة المقدمة اتساقاً وكلما حازت هذه الصورة دون غيرها على اهتمام واسع ، كلما أصبح حدوث التأثير المتنبأ به أكثر احتمالاً) [1]وذلك أن الأمور التي تقع خارج نطاق التجربة الفردية المباشرة للمتلقي والتي لا تكون لها آراء بديلة قوية ، ستكون عرضة لتقبل مستوى أعظم من التأثير خاصة اذا كانت هناك ثقة في المصدر الناقل للحدث أو العرض له ونسبه الى مصدر ما يحوز على ثقة المتلقي ، وفي هذه الحالة سيعمل ذلك كله على احداث توسع أكبر للآراء والقيم

التي تكون وسائل الاعلام مصدرها وتتاح فرصة أكبر لتقبل المتلقين لها حيث أن(هناك تفاعلاً مستمراً وانتقائياً بين ذات المتلقي ووسائط الاعلام التي تلعب دوراً في تشكيل سلوك الفرد ومفهومه الذاتي لما يدور حوله)[2].

أن أيّ حديث حول قياس التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائط الاعلام وخاصة التلفزيون في أوساط المتلقين يجب أن يأخذ في الحسبان أموراً ثلاثة هي الجمهور، الرسالة ، التوزيع ومن البديهيات المتعلقة بالجمهور فهناك شرط

---

[1] دينيس ماكويل / الاتصالات الجماهيرية والمجتمع – نفوذ الاعلام وتأثيراته / ترجمة أسعد أبو لبدة/ لندن 1976 ص47 .

David . G . Violence against children . rlavard Nniversity press.1973. p . 61 [1]

أساسي وواضح وهو الوصول الى جمهور كبير اذا ما أريد الوصول الى الجمهور المستهدف بالرسالة بغية احداث التأثير المطلوب ، وأن تكون الرسالة متوافقة مع ميول الجمهور ويرتبط ذلك بضرورة الاتساق مع الأعراف السائدة في المجتمع وثقافة الفرد المستهدف لكي لا تكون هناك معارضة ولكي تكون مفهومة

واذا ما سلمنا أن المضمون الاعلامي المرئي اذا ما قُدم بشكل مدروس وموجه الى الفئات المستهدفة بما يتلائم بكيفية فهمها وطريقة استيعابها فأن (هناك احتمالاً كبيراً في أن تقدح المعلومات التي يتلقاها الجمهور زناد استجابات ذعر جماعية واسعة)[1] خاصة اذا كانت هذه المعلومات متعلقة بجرائم اجتماعية وهناك الأن مدارس فكرية تؤمن أن ما ترسمه وسائط الاعلام من صور العنف والجريمة يمكن أن تحول الأطفال الى أن يكونوا أكثر عدوانية (بيركو فيتز 1970)، وتميل مدرسة أخرى الى الرأي القائل بأن من المرجح أن يكون تأثير الدليل الخيالي مسهلاً للعدوان أو يشكل مدخلاً للتنفيس عنه (فشباخ وسنجر 1971) .

أن وسائل الاعلام قد تكون في الكثير من الحالات مسؤولة عن نشر الاضطرابات والعنف ، فقد (أشير في مرات عديدة الى أعمال العنف والشغب التي كانت تشهدها المدن الامريكية في أواخر الستينيات الى أن التغطية التلفزيونية لواحدة من الحوادث قد تؤدي الى اشتعال أحداث في أماكن أخرى)[2] .

وعليه فأن عرض التقليد للجرائم التي تنقلها وسائط الاعلام ومنها التلفزيون ، يمكن أن تزيد بين الأطفال والشباب اذا ما اقترنت مع عوامل مجتمعية وثقافية واقتصادية ودينية خاصة وأن التلفزيونات الفضائية تتعامل

---

(1) Small , W . To kill amessenger – television news and theraal world . New york . 1976 . p . 158

(2) Angus Campbell, Philip E : Elections and the political order . New york . 1966 . p . 170

بالصورة التي تؤثر مباشرة في نفسية المتلقي ولا تتفاعل مع عقله شأن الكلمة المذاعة أو المقروءة وهناك علاقة ارتباط بين مضامين التلفزيون والسلوك الاجتماعي ، والأطفال الذين يكثرون من مشاهدة التلفزيون يحيون صراعاتهم ومنازعاتهم واختلافاتهم بصورة عدوانية .

وتؤكد جميع البحوث السايكولوجية أن ظاهرة تقليد النماذج العنيفة في التلفزيون تتولد عند الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة هذه النماذج ، حيث يرون في المضمون التلفزيوني على انه الحقيقة والواقع ويأتي ذلك(نتيجة الاستمرارية في متابعة ما يبثه التلفزيون بشكل مكثف وعدم الاحتكاك مع العالم الخارجي بنفس الكثافة الاستمرارية) ، كما أن ذلك يأتي أيضاً بسبب قدرة التلفزيون على اعادة عرض الاحداث مع اجراء تغييرات جوهرية عليها حسب سياسة القناة التلفزيونية وبما يتلائم مع طبيعة الجمهور المستهدف .

وفي الواقع (أن الأطفال في سن الثالثة يخصصون للتلفزيون خمساً واربعين دقيقة للمشاهدة يومياً ويزداد هذا الوقت مع تقدم السن حيث يقضي الأطفال في سن الخامسة ساعتين يومياً ، وفي سن الستة عشر يقضون أمام التلفزيون وقتاً أطول مما يقضونه في المدرسة) .

ويعود قدر كبير من تعلق المشاهدين بما يبثه التلفزيون الى التركيب الشكلي للصوت والصورة وتقنيات سردهما ، وتأسيساً على ذلك فمن غير المجدي التساؤل أو البحث فيما اذا كان ممكناً الفصل بين تأثير الشكل والمضمون اللذين يقدمهما التلفزيون على المشاهد ، فأحدهما يكمل الآخر ويجب العناية بهما اذا ما أريد كسب المشاهد والتأثير عليه ، ولكي يتحقق مبدأ الاشباع فلابد أن يكون بالضرورة لدى المشاهد (فكرة) عما سوف يشاهده ، وعند الوقوف عند هذه ال . (الفكرة) ندرك لماذا (استخدم) أو (اختار) الفرد المستهدف هذه القناة ، وهذا

البرنامج دون غيرهما ، وهنا يتحقق أيضاً مبدأ (الجمهور النشيط) الذي يبحث عن المضمون الذي يلبي رغباته وليس البحث عن الوسيلة الاتصالية فقط ، ولهذا فلابد من وجود توافق أو تلاقي بين توقعات المشاهد والمضامين المقدمة .

الفصل السادس

الإعلام و القيم الأخلاقية

دور الإعلام فى دعم القيم الأخلاقية

القيم شيء مختلف تماماً عن العادات والتقاليد، لأنها من الأمور الفطرية التي فطر الناس عليها ولم يصنعها البشر، والدليل علي ذلك إنها لها طابعاً عالمياً إنسانياً يجعلها فوق الزمان والمكان فالبشر جميعاً متفقون – إلا من شذ منهم – علي أن الصدق قيمة لا يجوز التهاون فيها، والأمانة قيمة ليس من حق أحد أن يجري عليها شيء من أشكال التغيير، والعدل قيمة لا تقبل التجزئة أو المساومة بشأنها، وهذا شأن بقية القيم المعنوية الأخرى

والقيم الأخلاقية انعكاس للأسلوب الذي يفكر به الناس في سياق ثقافي معين وفي فترة زمنية محددة، وحينما تغير الأسلوب التقليدي لتفكير الناس من ذلك الأسلوب الذي يضعون فيه القيم المعنوية فوق كل إعتبار ويعتبر ونها غاية في ذاتها يريدون الوصول إليها في سلوكهم العام والخاص، إلي ذلك الأسلوب من التفكير الذي يضع الإشباع المادي و اللذي فوق كل اعتبار، إنهار سلم القيم التقليدية وضاعت القيم المعنوية

وبالطبع فإن هذا الخلل الذي أصاب البنية الأخلاقية للمجتمع المصري يحتاج إلي جهد كبير من كل ما يعنيهم مستقبل هذا المجتمع

فيلعب الإعلام دوراً مؤثراً وايجابياً في تغيير سلوكيات مجتمعيه عديدة، تؤصل معها ممارسات وعادات حسنة، فالإعلام الإيجابي الواعي يمكنه عبر خطة مدروسة ومنظمة أن يجابه الكثير من العادات السلبية والموروثة، باعتبار الإعلام رسالة نبيلة ومسئولية أخلاقية تدعم منظومات القيم التي تؤثر علي تماسك المجتمع

من ثم فإن الأمر يتطلب التوجه نحو الإصلاح، وطريق الإصلاح يبدأ من ذات كل فرد من أفراد المجتمع

الاهتمام بإبراز القدوة الحقيقية والتركيز علي إعادة بنائها لدي أفراد المجتمع من العلماء الأكفاء في معاملتهم داخل مؤسساتهم العلمية، والمفكرون في مكتباتهم، والعمال في مصانعهم، والفلاحين الذين يكدون في حقولهم . الخ

من خلال إعداد برامج جديدة تركز علي القيم الأخلاقية التي يراد إكسابها للناس مرة أخرى، ويستضاف فيها قادة الرأي والمفكرون والعلماء الذين يعتبرون قدوه صالحة في مجال تخصصهم

حيث تقع مسئولية الإعلام عن دعم منظومات القيم التي يعتمد عليها تماسك المجتمع، من خلال وعي المواطن وقدرته المتطورة علي الاختيار وعلي التميز العقلاني بين الزائف وبين الأصيل الحقيقي، وبين الإثارة وبين التوعية

فالأمر يتطلب تربية إعلامية لتكوين المواطن ذي القدرة علي التفكير التحليلي الناقد، وتكوين ضوابط ذاتية تمكنه من التلقي للفيض الإعلامي وتدفق الرسائل الإعلامية، بما يساعد علي الانتقاء، وعلي تبين ما هو أخلاقي فكرياً وقيمياً

إن القضية الكبرى أمامنا الآن هي تنمية المجتمع، وهذا الهدف لن يتحقق علي نحو سليم إلا بالتنمية المتكاملة التي تشتمل علي التنمية البشرية التي تتأسس علي الأخلاق، والتي تسير جنباً إلي جنب مع التنمية المادية في جميع المرافق، فكلاهما جناحاالتنمية الشاملة

وسيتناول البحث عده محاور نعرضها علي الوجه التالي

المحور الأول : البعد التربوي للإعلام

المحور الثاني : البعد الأخلاقي للإعلام

المحور الثالث : البعد الاجتماعي للإعلام

المحور الأول البعد التربوي للإعلام

للوقوف علي البعد التربوي للإعلام، سيتطرق البحث إلي أربعة نقاط هي:

أولاً مفهوم الإعلام

الإعلام علماً وممارسة، ينمو ويتسع ويتلاحم مع العلوم الإنسانية والإجتماعية – أخذا وعطاء – من منطلق أن العلم ينمو ويحيا دائماً بالإنفتاح لا بالإنغلاق حول نفسه

ويختلف المفكرون في وضع تعريف لمفهوم العمل الإعلامي، كما تختلف الدول حسب أنظمة الحكم القائمة بها في فهم الإعلام و تفسيره حسب فلسفة المجتمع ونظرته لمختلف الشئون الإقتصادية والإجتماعية والثقافية به

فيمكن إعتبار الإعلام عملية استطلاع وتفاعل مع البيئة المحيطة عبر الوسائل المتاحة للإتصال والتي تشكل عيوننا و آذاننا لمعرفة ما يدور حولنا، كما يمكن إعتباره التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها وإتجاهاتها في نفس الوقت

ويمكن أن نضيف أيضاً أن الإعلام بمفهومه الواسع هو عملية جمع المعلومات وتبادلها ونشرها، وإستخدام العلم الحديث في عملية الجمع والتصنيف و الإخراج والتكنولوجيا المتقدمة في عملية الإيصال للجمهور المقصود وإستقبالها، بإتباع الأسلوب المناسب نفسياً وإجتماعياً لعرض ومحاولة إقناع الجمهور المخاطب بها، وذلك ضمن إطار ديمقراطي يؤمن بالمشاركة، ويحدد أولويات العمل بناء علي واقع المجتمع وإحتياجاته المستقبلية

مبادئ وأسس الأعلام

فهناك شبه إتفاق لا يختلف علية أحد تقريباً في أساسيات العمل الإعلامي، وفي المبادئ والأسس التي يقوم عليها الإعلام، وهي

- الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات
- التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق .
- الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية .
- التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إلية الإعلام .
- وهذا يعني مايلي
- إن الإعلام الذي لا يقوم علي أساس من الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام .
- إن رجل الإعلام الذي يضفي وجهة نظره الشخصية التي تمليها علية أهواؤه علي المعلومات التي يزود بها الجمهور، ويلون هذه المعلومات حسبما يراها، هذا لا يتفق مع صفته كرجل إعلام .

إذا لم يكن الصدق والأمانة منهاجاً في الحصول علي البيانات واستشفائها من مصادرها، فإن الإعلام يفقد أهم دعامة له، وهي عامل الصدق

وأخيراً، إذا لم يأت الإعلام معبراً تعبيراً صادقاً وأميناً علي تراث الأمة وعاداتها وتقاليدها وروحها، ومناسباً لثقافاتها وتفكيرها، فإن الإعلام سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا تستطيع الجمهور فهمه أو التجاوب معه .

ثالثاً منظومة التكامل بين الإعلام والتربية

تشكل وسائل الإعلام في العصر الحديث عامل تنمية وسبباً من أسباب أسهام المواطن في المجتمع بشكل نشط وعنصراً متزايد الأهمية من عناصر الثقافة، حيث أخذت الإمكانيات التربوية تتجلي شيئاً فشيئاً

لذلك يلقي إستخدام وسائل الإعلام في التربية إهتماماً واسع النطاق في معظم دول العالم.وإن إختلفت كفاءة هذا الإستخدام في النظم التربوية المختلفة

فإحدي مهام التربية هي تنمية إستعدادات الطالب حتى يصبح قادراً علي تقييم وضع المجتمع الذي يعيش فيه وتؤدي ضمنه وسائل الإعلام دوراً مهماً للغاية

فنحن الأن في حالة تزاوج جديد بين الإعلام والتربية أسفر عن علم إجتماعي جديد تحت مسمّي التربية الإعلاميّة فهي علم ومنهج إشتقاقي من كل من التربية والإعلام، بهدف توظيف التربية إعلامياً وتوظيف الإعلام تربوياً لتحقيق هدف مشترك هو إكساب الطالب المهارات الذهنية والعملية التي تمكنه من إستيعاب المنهج نظرياً وعملياً علي أرض الواقع، بمعني تنمية قدراته علي التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام المختلفة التي تلاحقه ليلاً ونهاراً

ولقد جاء مفهوّم التربية الإعلاميّة ليعكس جانباً من جوانب التكامل الضروري بين المؤسسة التربوية والمؤسسات الإعلامية، بحيث يكون تطبيق هذا المفهوم مدخلاً يضمن الإستخدام الأمثل لوسائل الإعلام بما يتفق وغايات التربية في تحقيق النمو المتكامل علي المستوي العلمي والأخلاقي والجمالي والديني والبدني، وكذلك تنمية الجدارة والقوة المعرفية والمعنوية، وذلك للمساهمة بفاعلية في بناء الوطن

ولقد جاء قيام المنظمة الدولية للتربية الإعلامية عام 2004 م بمثابة تلبية لحاجات حقيقية يتطلبها النهوض بالتربية، كما إهتمت المجالس القومية المتخصصة في مصر مؤخراً بالتعرف علي أهداف ووسائل مشروع تلك

المنظمة بعد النجاحات التي حققتها علي المستوي الدولي منذ إستحدثت مصطلح "التربية الإعلامية" عقب أول مؤتمر تم عقدة في ألمانيا عام 1982م

وبالنظر إلي تعدد مجالات تأثير وسائل الإعلام في سلوك الجماهير، فإن مفهوم "التربية الإعلامية" يتسع لما هو أبعد من مجرد إكساب المتعلمين المهارات والمعلومات والقيم والإتجاهات التي تساعدهم علي الاستفادة من وسائل الإعلام بما يتفق ومتطلبات النمو السليم وتكامل الشخصية، بجانب ذلك تتضمن التربية الإعلامية إكساب كل القائمين علي التربية المهارات التربوية والوعي الكافي لتنظيم علاقة الأطفال والمراهقين بوسائل الإعلام خاصة التلفزيون والإنترنت

البعد الأخلاقي للإعلام

يتضمن النظام الإعلامي الجديد عدداً من الأبعاد منها ما هو ذو صبغة سياسية ومنها ما هو ذو طابع إقتصادي أو تربوي ... الخ، والوقوف علي البعد الأخلاقي للإعلام سيتعرض البحث إلي التالي

أولاً: الفلسفة الأخلاقية في الفكر الإسلامي

الأخلاق كانت ولم تزل محل اهتمام المجتمع الإنساني، وأصبحت كذلك محل اهتمام الباحثين والعلماء في تخصصات مختلفة، ومن المنظور اللغوي فإن الأخلاقيات تعني الدراسة الفلسفية للقيم الأخلاقية والقواعد، كما تدل أيضاً علي الدافعية بناء علي أفكار الصحيح والخطأ

فمنذ القدم اكتشف المصريون القدماء معني الأخلاق، ومعني الضمير الإنساني، وأكدوا أن حياتهم الاجتماعية والسياسية أساسها السلوك المعتدل القويم والتحلي بكل الفضائل التي تم تلخيصها في كلمة "الماعت" التي تعني علي الصعيد الأخلاقي الاعتدال في السلوك وضبط النفس والتحلي بكل القيم

الأخلاقية الرفيعة، كالصدق، والشجاعة، والكرم، حب الآخرين، وحب الثقافة، والكتابة وتقدير الكتاب والمفكرين، وقيم الاعتدال، والتعاون، والمواطنة الصالحة . . . الخ

فالأخلاق إذن هي نتيجة لتصرف الفرد منذ القدم، نتيجة لما عرف بالاختبار أنه صالح ونافع، وأنه معين للحياة علي أغراضها

أما في الفكر الإسلامي فقد ذكر الفارابي الأخلاق وجعلها أحد فروع العلم المدني في إحصائه للعلوم ولكنه لم يضف شيئاً عما ذكره أرسطو من فهمه للسعادة والفضيلة ومن جعل الأخلاق مقدمة للسياسة المدنية أو بالأخرى المدينة الفاضلة

أمّا التهانوي فلقد أشار إلي الأخلاق ولكنه كانت تعوزه النظرة الكلية في فهم طبيعة علم الأخلاق وموضوعه وجانبيه النظري و العملي

وأول ما يتبادر إلي الذهن حين التنقيب عن إتجاهات أخلاقية في الفكر الإسلامي، سنجد فلسفة "مسكويه الذي وصف بأنه أكبر باحث عربي في الأخلاق

كما اقترن الإيمان في الكتاب الكريم غالباً بالعمل الصالح دلالة علي ما بين الإيمان والأخلاق من وشائج وصلات إشارة إلي ضرورة إقتران الإيمان بالعمل الصالح كشرط للثواب، فلم تكن الأوامر الإلهية متعلقة بشعائر تعبدية فحسب ولكنها تنطوي علي فضائل أخلاقية، كذلك المحظورات الدينية غالباً لها دلالات أخلاقية، وأحاديث الرسول "ﷺ في الأخلاق كثيرة، ويكفي بهذا الصدد أن رسول الله حدد هدف الرسالة فجعله أخلاقياً في قوله إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق

ثانياً إخلاقيات الأعلام

علي مستوي الإتصال، فإن أخلاقيات الإعلام Media ethics محل إهتمام العديد من المنظمات المحلية والإقليمية والدولية، فقد ظهر العديد من التقارير التي تصدرها جهات متخصصة بما يوضح المخاطر التي تترتب علي عدم الإلتزام بالأخلاقيات من جانب وسائل الإعلام بل أن كثير من المؤسسات المدنية أدرجت أخلاقيات وسائل الإعلام ضمن أنشطتها

وفي الكثير من الأدبيات المعنية بأخلاقيات وسائل الإعلام يبدو التأكيد واضحاً علي أهمية هذه الأخلاقيات وضرورة تطويرها بحيث تقابل التطورات في الممارسة وتؤثر فيها

وعلي الرغم من المواثيق الأخلاقية الصادرة علي المستويات الإقليمية والدولية لتنظيم عمل وسائل الإعلام، إلا أنها لا تتخذ صفة الإلتزام ، وكثيراً ما يعوزها الجانب الأخلاقي المرتب بالذات الثقافية، فتبدو أهمية وضرورة وجود المواثيق الأخلاقية التي تنظم عمل وسائل الأعلام علي المستوي الوطني فهناك تلازم بين وجود تلك الوسائل ووجود القواعد والقوانين التي تنظم عملها، أي أن هناك علاقة تلازمية لا تنفصل inseparable بين وسائل الإتصال والقوانين التي تنظم عملها، هذه القوانين تركز علي تنظيم الأداء سواء من المنظور الحرفي أو المنظور الأخلاقي وإن تفاوت ذلك من وسيلة إلي أخرى ومن مجتمع إلي آخر

فذلك يعكس التوجه لتنظيم العمل في وسائل الاعلام وفق قواعد أخلاقية، ففي كثير من دول العالم، تتزايد الدعوات والأنشطة الرامية إلي أن تلتزم تلك الوسائل بالأخلاقيات والمسئولية الإجتماعية تجاه المتلقي

التربية الإعلامية كمنهج دراسي جديد

يتطلب هذا المنهج الدراسي الجديد تدريب المعلمين علي تدريسه بتقديم الحوافز المساعدة الفنية والعلمية في عملية التدريب التي تدفع المعلم إلي ممارسة التدريس نظرياً وعلمياً طبقاً لأعلي المستويات الأخلاقية، فيما يتعلق بالقيم الروحية والآداب العامة والذوق العام بهدف دعم وترسيخ تلك القيم والأدبيات في نفوس الطلاب

ومن أبرز المعايير الأخلاقية التي يجب أن يتضمنها المنهج الدراسي للتربية الإعلامية ما يلي

- القدرة علي التمييز بين الصواب والخطأ في ثقافة المجتمع .
- الأستقلال والحرية المسئولة وحرية التعبير .
- حب الوطن والإعتزاز بالمواطنة

التربية الإعلامية في سياق التنشئة الأسرية :

من منطلق أن الأسرة هي اللبنة الأولي في بناء المجتمع وتنشئه الأبناء بطريقة صحيحة من خلال تعريفهم بما هو صواب أو خطأ وكيف تنصح الأسرة الأبناء بإقتناء الصحف والمجلات المناسبة وكيف يتعاملون معها قراءة ومراسلة . . . الخ

التربية الإعلامية كمحور من محاور التثقيف الجماهيري

بذلك يتحقق التكامل بين المؤسسات الثقافية التابعة للدولة وبين المؤسسات الصحفية والإعلامية في عمل مشترك، وذلك من خلال المؤتمرات والندوات والمحاضرات والمسابقات . . الخ، لنشر الوعي الجماهيري بين مختلف فئات الشعب، ومن المحاور الأساسية في هذا المجال تثقيف الجيل الجديد

بمنظومة، الحقوق والواجبات وأهمية أداء الواجبات جنباً إلي جنب لممارسة الحقوق

التربية الإعلامية في مرحلة التشريع :

من خلال سن اللوائح والقوانين بشأنها، فقد صدرت مؤخراً اللائحة التنفيذية لقانون الكادر للمعلمين، وحرصت اللائحة علي أبراز الأخلاق المهنية جنباً إلي جنب من التمكن المعرفي، والمهارى، والتنمية المهنية المستديمة، وحرصت اللائحة علي أبراز أهمية أخلاقية المهنة في جمال مهنة المعلم

التربية الإعلامية كبرنامج من برامج الأمم المتحدة

بهدف تشجيع تحالف الحضارات وتحاور الثقافات المختلفة ونبذ الصراعات والحروب والحد من التأثيرات السلبية لوسائل الأعلام والمساعدة في بناء عالم أكثر عدالة وأمناً ورخاء للجميع

ومن أهم المشروعات التي تعني بتدريس التربية الأعلامية والترويج الإعلامي لها نذكر منظمة اليونسكو، والاتحاد الأوروبي، ووزارات التربية والتعليم في العديد من الدول الأوروبية، والمنظمة الدولية للتربية الإعلامية

البعد الاجتماعي للإعلام

من اهتمامات النظام الإعلامي الجديد المتصف بالشمول واستدراك الأوضاع الإعلامية علي كل الأصعدة وفي كل المستويات ليس إقرار علاقات إعلامية جديدة علي مستوي الدول أو الحكومات فقط، بل إقرار التدفق الحر والمتوازن للإعلام في الخارج والداخل علي حد سوء، و تركيز أسس متكافئة بين مختلف الأصناف الاجتماعية من حيث الجنس والعرق والمستوى الفكري والمادي

فالأمر يتعلق بوضع اجتماعي ذي جذور متعددة، فهذا الوضع قائم في مختلف المجتمعات، وأن أجهزة الإعلام، إن لم تكن السبب الأصلي في وجود هذا

الوضع، فهي تتحمل مسؤولية كبيرة في ترديه وتفاقمه مؤكدة بذلك تقصيرها في أداء وظيفتها الاجتماعية

فإن إعادة النظر في مفهوم الوظيفة الاجتماعية لأجهزة الإعلام والوقوف في وجه الاستلاب الثقافي يعدان، عن أهم أهداف النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال، لذلك فالإعلام والثقافة دوراً بارزاً في تحقيق الأمن المجتمعي، ويتضح ذلك في

دور الأعلام في الأمن المجتمعي :

لوسائل الإعلام دوراً محورياً في أمن وسلامة المجتمع، لذا فمن الواجب أن تكون تلك الوسائل في أيد أمينة تعمل علي تنقيح المواد الإعلامية بما يتناسب مع ثقافة وقيم المجتمع المصري ولقد أثبت علماء النفس أن ما تحتوية بعض برامج وسائل الإعلام المختلفة من عنف يؤثر تأثيراً بالغاً في سلوك الأشخاص وخاصة الأطفال، الأمر الذي يعمل علي الإطاحة بأمن المجتمع وإشاعة الفوضى به

فيجب أن نحافظ علي هويتنا الثقافية وأن نعمل علي ترسيخها، ليس عن طريق تقليص وسائل الإعلام والحد منها، بل عن طريق توجيهها التوجيه الصحيح والاستفادة منها إلي أقصي حد ممكن عملاً علي تصويب ما قد يثبته الإعلام الغربي والصهيوني في مغالطات في عقول العديد من الناس، وتفادي ما تطويه بداخلها من سلبيات قد تهوى بأمن المجتمع وسلامته

دور الثقافة في الأمن المجتمعي

تلعب الثقافة أيضاً دوراً هاماً في أمن وسلامة أي مجتمع، إذا أنها تعد الحصن الحصين للأفراد الذين يشكلونه، فمن خلالها يمكن للمرء أن يميز

الصواب والخطأ وأن ينتقي تصرفاته وسلوكياته بما يتناسب مع ثقافة دينة ومجتمعه

ولما كان كل مجتمع يتكون من فئات معينة تربط بينهم ثقافة خاصة تشكل هويتهم دون غيرهم، فإن الشخص المثقف الذي يجمع بطياته ثقافات فئات مجتمعة بجانب ثقافته الخاصة، يستطيع أن يتفاعل مع كل عناصر مجتمعه ويتعامل معهم بلا تصادم، الأمر الذي لا تنهدر معه روابطه وعلاقاته الاجتماعية بالآخرين بشكل يؤدى إلي إحداث فجوة ثقافية بين أفراد المجتمع تؤدي إلي إحداث بلبلة فكرية تنتقل بالمجتمع من حالته السليمة الأمنة إلي مشاحنات واختلافات تفقده ما ينعم به من هدوء واستقرار

وفي مجال عمليات التنمية وإجراءاتها وسياساتها ينبغي اعتبار الثقافة محوراً رئيسياً في أهدافها وغاياتها بصفة عامة قبل أن تكون وسيلة

ولكي تصبح الثقافة في المجتمع أحد مسببات وليس معوقات التنمية المجتمعية، فإن المطلوب هو حركة إصلاح ثقافي تركز علي مجموعة من المعوقات اللازمة لتوظيف وتطوير قدرات الفرد وحشد طاقات وموارد الأمة، ولا يمكن بلوغ ذلك دون

- تعليم جيد متاح للجميع .
- حركة تأليف ونشر واسعه تعزز مجتمع المعرفة .
- إبداع يحفز العقل ويرتقي بالوجدان .
- إعلام معاصر مؤثر .

التغطية الإعلامية للمجلس العسكري كنموذج لتأثير ثقافة الصورة

خلال شهر نوفمبر 2011، كان الحدثان الأهم على الإطلاق هما الهجوم على المعتصمين في التحرير ومحاولة فض اعتصامهم بالقوة، الأمر الذي دفع بعشرات الآلاف ثم مئات الآلاف إلى النزول للتظاهر ومع استمرار التعامل الأمني مع المتظاهرين استمر الاعتصام وتوسع بعد فقدان قرابة 50مصريا لحياتهم وإصابة آلاف آخرون والحدث الآخر هو الانتخابات، التي شغلت أحداث التحرير الانتباه عنها نسبيا رغم كونها انتخابات تاريخية، وسواء فيما يتعلق بالتحرير أو الانتخابات، كان المجلس العسكري محو جانب هام من التغطيات الإعلامية سواء فيما يتعلق بعلاقته بطريقة فض اعتصام التحرير وما تطورت إليه الأمور، أو فيما يتعلق بالترتيب للانتخابات.

وكان من بين القضايا الأبرز على الساحة الإعلامية فيما يتعلق بالمجلس العسكري وثيقة السلمي التي بدأ الشهر بالتركيز عليها وعلى محاولة تمرير صلاحيات واسعة تمكن المجلس من السيطرة على مقدرات وتوجهات الدولة المقبلة في مصر من خلال مواد دستورية، وتحول الجدل حول الوثيقة التي نسبتها التيارات الإسلامية لنائب رئيس الوزراء علي السلمي، ونقلته بالتالي وسائل الإعلام، ليكون جدلا حول المؤسسة العسكرية والمجلس الأعلى للقوات المسلحة خاصة بعد التعامل العنيف مع معتصمي التحرير والذي استمر قرابة أسبوع مخلفا عشرات الشهداء وآلاف الجرحى منهم من فقدوا عيونهم

وكشفت نتائج الرصد للتغطية الإعلامية أنه، خلال شهر نوفمبر خصصت صحيفة الوفد المساحة الأكبر (19832سنتيمترا مربعا) من التغطية للمجلس العسكري مقارنة بباقي الصحف محل الرصد، تلتها الأخبار

(18789سم) ثم المصري اليوم (13234سم) وبعدها الشروق (10693سم) وأخيرا الأهرام بمعدل 5.550سنتيمتر مربع

وبالنسبة للموضوعات التي اهتمت الصحف بتغطيتها، اختلف ترتيب الانتخابات على سلم الأولويات في الصحف المختلفة خلال الشهر الماضي، الذي شهد بدء أول مرحلة في أول انتخابات مصرية بعد الثورة ويشير اهتمام الصحف المختلفة وترتيب الانتخابات التي تأتي في المركز الثاني أو الثالث وليس الأول من حيث الاهتمام في أغلب الأوقات إلى أن المؤسسات الإعلامية تختلف على تقييم الأولويات للتغطية خلال الشهر الماضي، فمنها من يضع المظاهرات كأولى الأولويات وآخرون يعتبرون الأوضاع السياسية وطريقة الحكم، وهو ما ينعكس على عدد مرات تغطية كل منها للموضوعات المختلفة.

وبالنسبة لاهتمام كل الوسائل الإعلامية التي تم رصدها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأخبار ليحصد قرابة ثلاثة أرباع مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير محمد حسين طنطاوي، ليختلف التركيز لاحقا من وسيلة لأخرى ويتوزع على عدد من أعضاء المجلس من بينهم الفريق سامي عنان واللواء حمدي بدين واللواء محمود حجازي وغيرهم.

وفي المواقع الإليكترونية، كان موقع مصراوي هو الأكثر تغطية للمجلس العسكري خلال ساعات الرصد طوال شهر نوفمبر بمعدل تخصيص 27096كلمة يليه موقع البديل (12797كلمة) ثم اليوم السابع (10217كلمة) وأخيرا بوابة الأهرام (3047 كلمة).

أما بالنسبة لعدد الكلمات التي قامت من خلالها المواقع محل الرصد بتغطية الفاعلين العسكريين (المجلس ككيان وكل أعضائه بأسمائهم) فكانت

المساحة الأكبر من التغطية من نصيب المجلس العسكري بمعدل 35472 كلمة يليه المشير طنطاوي بمعدل 12782كلمة ثم اللواء محسن الفنجري الذي كان مصدرا في تغطيات خصصت لها المواقع محل الرصد 1257كلمة يليه اللواءات سامي عنان (1173 كلمة) ومحمد العصار (832كلمة) ثم محمود حجازي وحسن الرويني وممدوح شاهين ومختار الملا واسماعيل عتمان

وفي البرامج الحوارية، محل الرصد، جاء برنامج العاشرة مساء الذي تبثه قناة دريم في مقدمة البرامج التي خصصت مساحة للمجلس بمعدل أربعة ساعات و 41دقيقة وسبع ثوان خلال شهر نوفمبر ، مقابل ساعة و 48دقيقة و13ثانية في برنامج مباشر من مصر (الفضائية المصرية)، و 26دقيقة وخمس ثوان في بلدنا بالمصري (أون تي في)

وحول المساحات التي تم تخصيصها للفاعلين العسكريين (المجلس وأعضائه) جاء المجلس العسكري في الترتيب الأول بمعدل خمس ساعات و44دقيقة و45 ثانية خلال شهر نوفمبر في البرامج الثلاثة، مقابل 54دقيقة وسبع ثوان للمشير طنطاوي، يليه الفريق سامي عنان (8دقائق و 28ثانية) ثم اللواء حسن الرويني (4 دقائق) ثم اللواء محسن الفنجري (3 دقائق و 35ثانية) وأخيرا اللواء ممدوح شاهين (30 ثانية)

لماذا وكيف؟

نظرا لأهمية المرحلة الانتقالية في مصر، والدور الجوهري الذي يلعبه الإعلام في هذا الوقت كانت الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان حريصة على رصد التغطية الإعلامية لكل من النظام القضائي والمجلس العسكري باعتبارهما الركيزتين الأكثر أهمية في وضع أسس الدولة الجديدة بعد ثورة 25 يناير ولأن طريقة تناول الإعلام ومدى الحرية والمسئولية التي يتمتع بها

تؤثر بقوة، سواء سلبا أو إيجابا على الرأي العام وبالتالي على صناع القرار والخطوات الفعلية نحو بناء دولة ديمقراطية

فمن خلال نقل المعلومات والأخبار الدقيقة والهامة خلال هذه المرحلة ونقل وجهات نظر مختلفة يمكن لجمهور الوسائل الإعلامية المختلفة تشكيل مواقفهم الخاصة بناء على معلومات ومعطيات واضحة وعلى الجانب الآخر كلما اعتمدت وسائل الإعلام على مصادر مجه ولة أو معلومات غير كاملة أو سيطر عليها القلق والخوف خلال نقل الأخبار خاصة تلك المتعلقة بالسلطتين الأكثر أهمية في المرحلة الراهنة (القضاء والمجلس العسكري)، كلما زاد تشويش الرؤية لدى الرأي العام وبالتالي ترك القرار فقط للمجلس العسكري والحكومة.

وتم اختيار تلك الموضوعات لرصدها انطلاقا من أن السلطات القضائية والتنفيذية بقيادة المجلس العسكري هي السلطات الأهم التي تتخذ القرارات ويفترض فيها أن تضمن العدالة للمواطنين خلال المرحلة التي يعاد فيها بناء الدولة المصرية على أسس ديمقراطية وتلك العملية الديمقراطية تأتي من خلال وتعتمد بالأساس على التفاعلات في الساحة السياسية وكيف تؤثر تلك التفاعلات على العملية الانتخابية

وفي كل هذا يلعب الإعلام دورا هاما فقد يسهم في توضيح الصورة للجمهور أو قد ينجرف في حالات أخرى لحسابات سياسية أو توجهات أو مخاوف من سلطات بعينها وهو ما يجعل لرصد الإعلام أهمية كبرى في مثل هذه المرحلة الحاسمة والفارقة في التاريخ المصري.

ومن العمل في عينة من وسائل الإعلام المصرية حرصت على أن يتوافر بها شرطان هما الانتشار وحجم الجمهور الذي تصل إليه الوسيلة الإعلامية كشرط

أول للاختيار بالإضافة إلى التنوع سواء في التوجهات العامة أو ملكية الوسيلة الإعلامية

وتتكون العينة التي تم اختيارها من صحف الأهرام والأخبار والمصري اليوم والشروق والوفد بالإضافة إلى مواقع اليوم السابع ومصراوي وبوابة الأهرام والبديل وفي البرامج الحوارية يجري رصد كل من بلدنا بالمصري، على قناة "أون تي في"، والعاشرة مساء على قناة "دريم بالإضافة إلى برنامج مباشر من مصر الذي تبثه الفضائية المصرية.

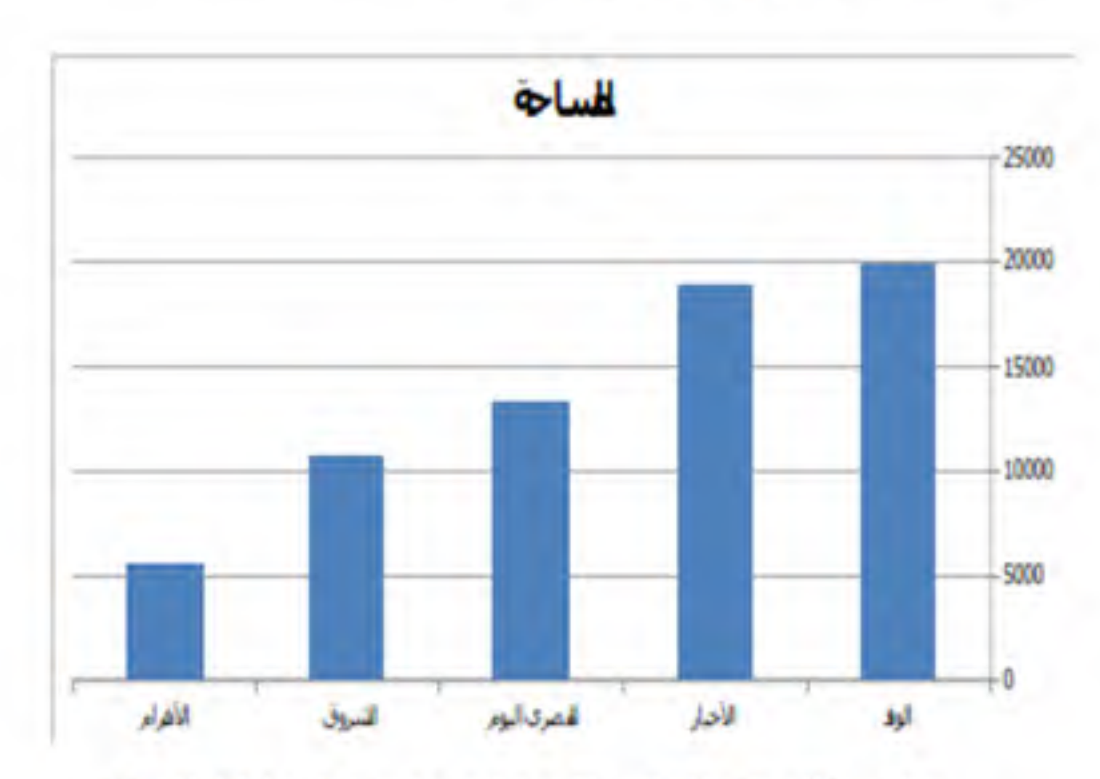
وتتم عملية الرصد والتقييم، بناء على نمطين من القياس أولا رصد كمي لقياس المساحات التي تم تخصيصها إعلاميا لمختلف الفاعلين في الساحة القضائية من قضاة ومحامين والمحاكم بدرجاتها المختلفة، أو في المجلس العسكري سواء المجلس بشكل عام أو أفراده ويكون القياس بالسنتيمتر المربع للصحافة وبالكلمة للمواقع الإلكترونية، وبالثانية للإعلام المرئي.

كما يتم قياس تكرار وتنوع الأبعاد القانونية التي تركز عليها التغطية والقضايا والموضوعات المرتبطة بالقضاء التي يناقشها الإعلام وكذلك عدد المرات التي يتم خلالها رصد المجلس العسكري وكيف يتم تقديمه للقراء وكيفية تناول الإعلام للمجلس وأعضاؤه والأخبار عنهم

ثانيا: الرصد الكيفي وهو محاولة البحث عن المضامين غير المباشرة التي تنقلها التقارير والتغطيات الإعلامية والعمل على تفسير وتحليل الموضوعات والحقائق المعروضة فيها من خلال استمارة للتحليل الكيفي، تعتمد بالأساس على مدى تكرار الانطباعات المختلفة عن الموضوعات وطريقة التناول ويقوم بإعدادها بالتناوب قرابة 25 راصدا في محاولة لتقليص الانحيازات الشخصية قدر الإمكان

التغطية الإعلامية للمجلس العسكري في الصحف محل الرصد

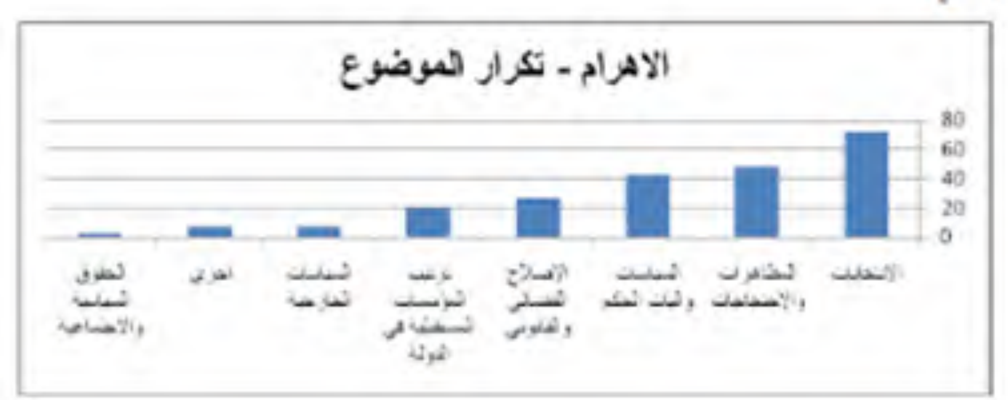
خلال الشهر الماضي، خصصت صحيفة الوفد المساحة الأكبر (19832سنتيمترا مربعا) من التغطية للمجلس العسكري مقارنة بباقي الصحف محل الرصد، تلتها الأخبار (18789سم) ثم المصري اليوم (13234سم) وبعدها الشروق (10693 سم) وأخيرا الأهرام بمعدل (5550 سم^{2})كما يتضح من الرسم البياني التاليين



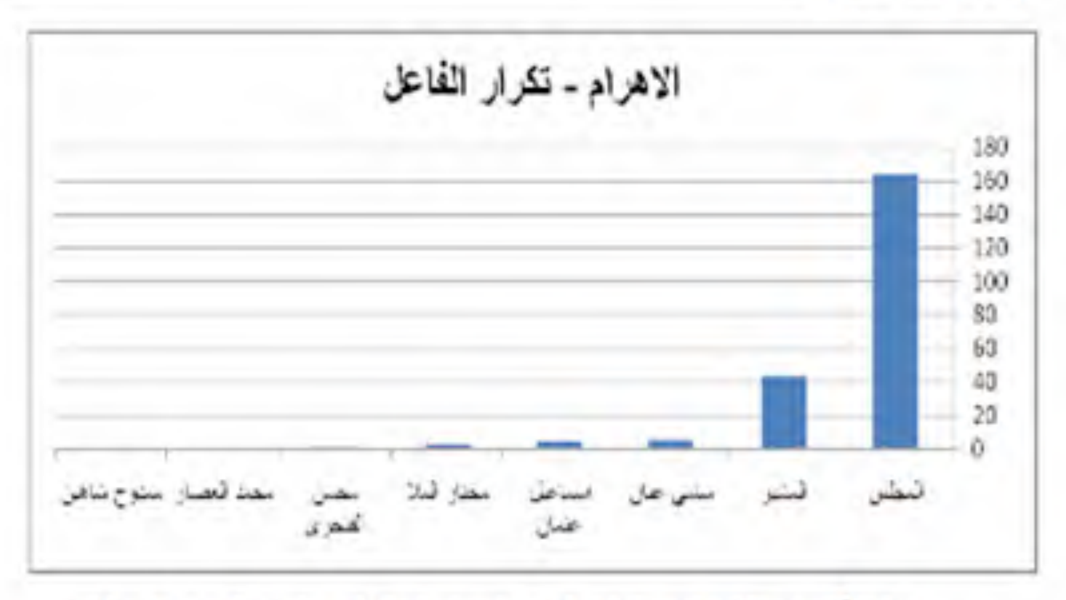
وبالنسبة للموضوعات التي اهتمت الصحف بتغطيتها، اختلف ترتيب الانتخابات على سلم الأولويات في الصحف المختلفة خلال الشهر الماضي، الذي شهد بدء أول مرحلة في أول انتخابات مصرية بعد الثورة ويشير اهتمام الصحف المختلفة وترتيب الانتخابات التي تأتي في المركز الثاني أو الثالث وليس الأول من حيث الاهتمام في أغلب الأوقات إلى أن المؤسسات الإعلامية تختلف على تقييم

الأولويات للتغطية خلال الشهر الماضي، فمنها من يضع المظاهرات كأولى الأولويات وآخرون يعتبرون الأوضاع السياسية وطريقة الحكم، وهو ما ينعكس على عدد مرات تغطية كل منها للموضوعات المختلفة.

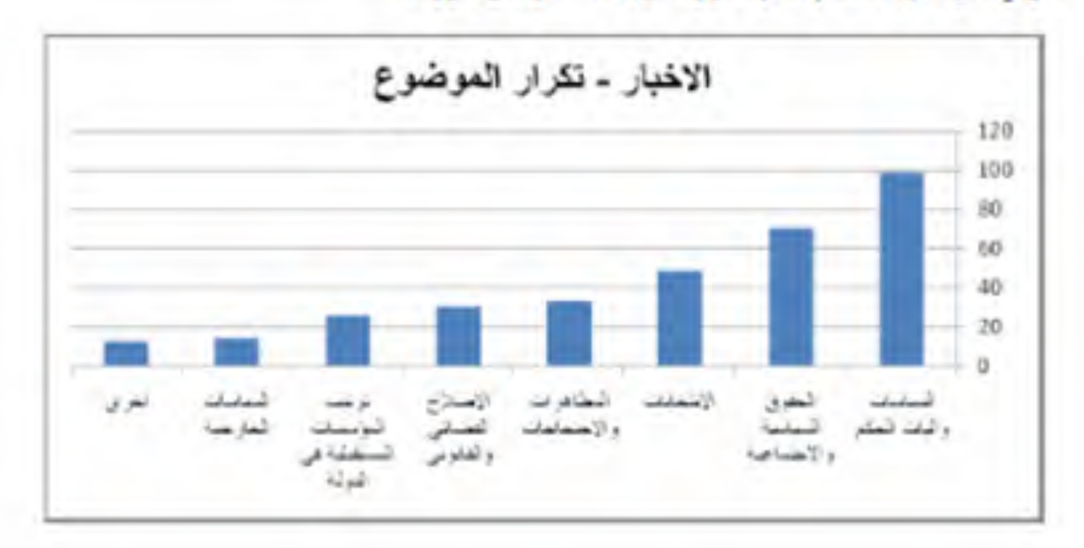
وكانت الأهرام التي حرصت على نقل تغطية مؤيدة للمجلس العسكري أكثر حرصا على تغطية الانتخابات، يليها في الأهمية المظاهرات والاحتجاجات ثم السياسات وآليات الحكم في المركز الثالث ويوضح الرسم البياني التالي اهتمامات الأهرام من خلال الموضوعات التي ركزت عليها أكثر خلال الشهر الماضي



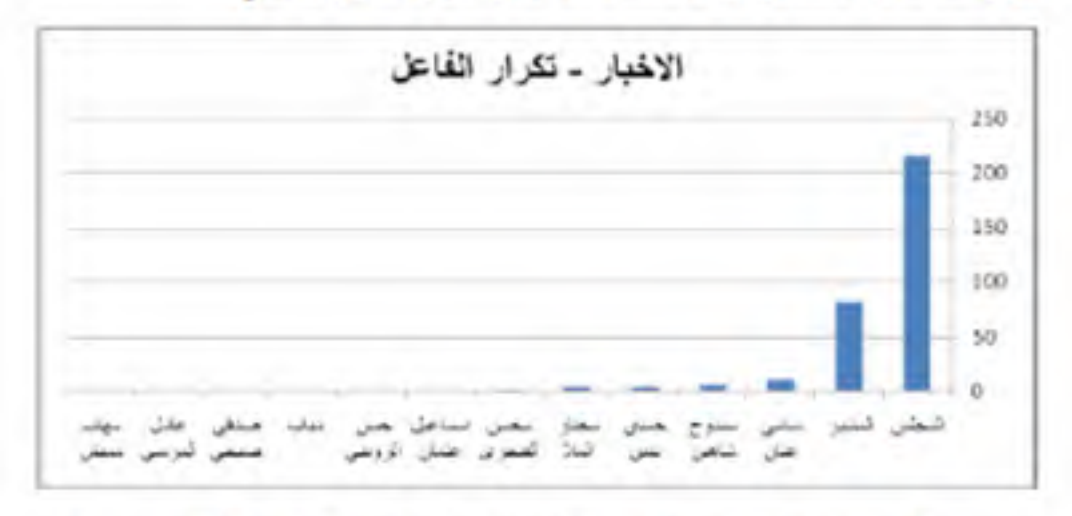
وفيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأهرام ليحصد قرابة ثلاثة أرباع مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي، ثم الفريق سامي عنان، وبعده اللواء إسماعيل عتمان ثم اللواء مختار الملا ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الأخبار خلال الشهر الماضي



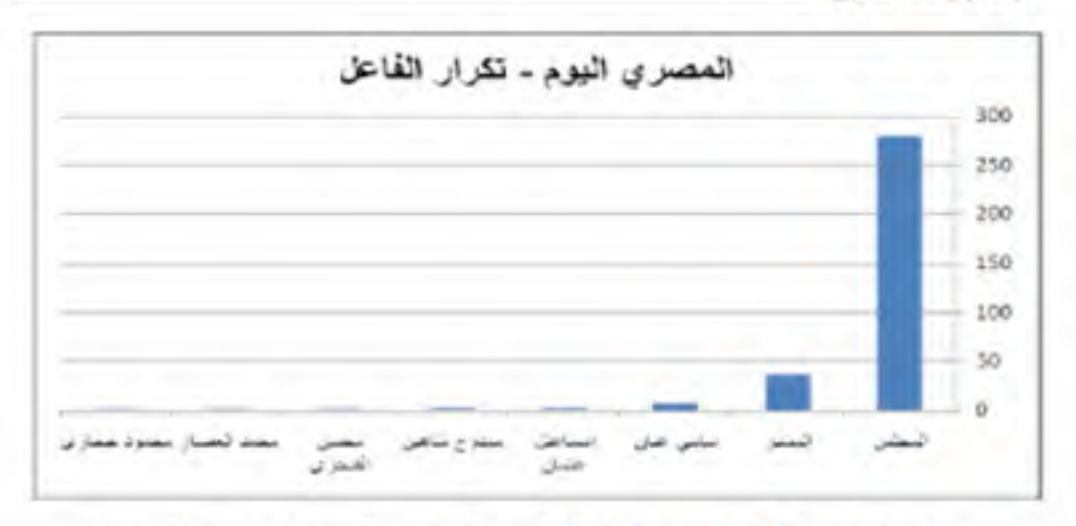
أما الأخبار، التي قدمت تغطية مؤيدة بقوة للمجلس العسكري، فقد وضعت على أولويات تغطيتها خلال الشهر الماضي، السياسات وآليات الحكم، يليها في المرتبة الثانية الحقوق السياسية والاجتماعية لتأتي الانتخابات في المستوى الثالث والمظاهرات في الترتيب الرابع من اهتمام الأخبار وعدد تكرار التقارير والأخبار لتغطية تلك الموضوعات، ويوضح ارسم البياني التالي اهتمامات الأخبار وأي الموضوعات تم التركيز عليها أكثر من غيرها:



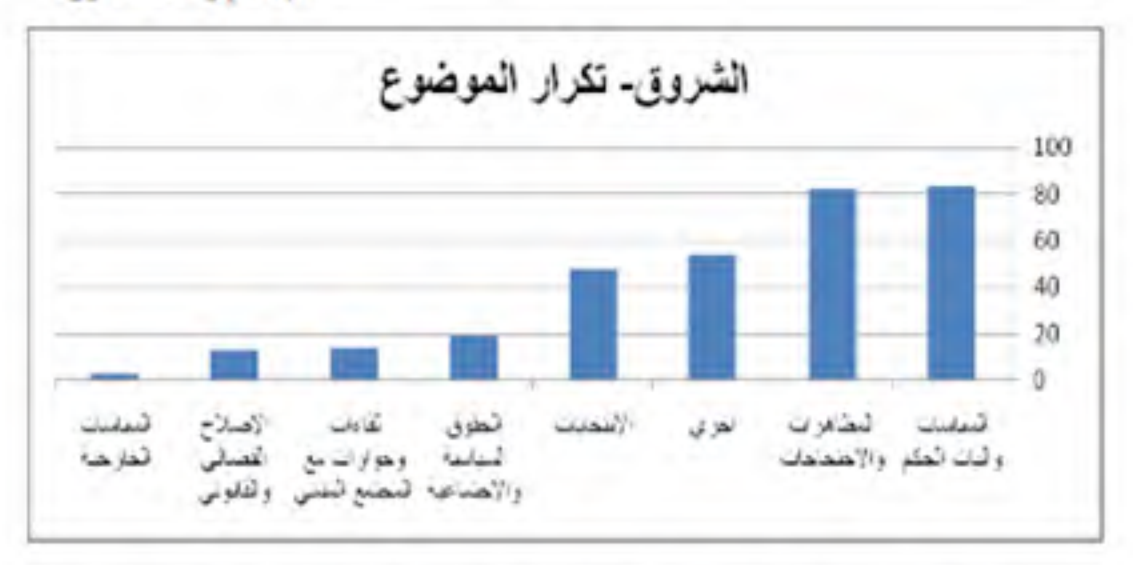
وبالنسبة لاهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأخبار ليحصد قرابة ثلاثة أرباع مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي، الذي حصل على ثلاثة أضعاف باقي أعضاء المجلس الذين تم تمثيلهم كمصادر في تغطية الأخبار خلال شهر نوفمبر ، يليه الفريق سامي عنان، ثم اللواء ممدوح شاهين يليه اللواء حمدي بدين ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الأخبار خلال الشهر الماضي



وفي صحيفة المصري اليوم، كانت الانتخابات في المركز الثاني، خلال تغطية الشهر الماضي، بعد المظاهرات والاحتجاجات، وفي الترتيب الثالث جاءت السياسات الخارجة، يلها الإصلاح القضائي والقانوني، بينما أثيرت مسألة استمرار حالة الطوارئ مرة واحدة ويوضح الرسم البياني التالي اهتمام المصري اليوم بالموضوعات المختلفة خلال شهر نوفمبر

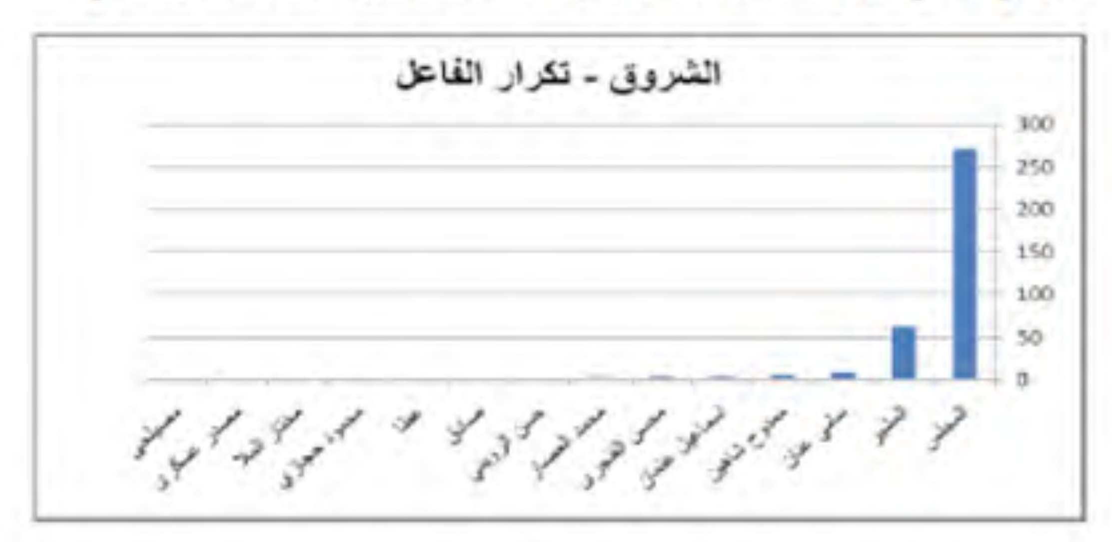


وبالنسبة لاهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس تغطية المصري اليوم ليحصد قرابة أبعة أخماس مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين جاء الفريق سامي عنان الذي كان على رأس عدد من اللقاءات مع القيادات السياسية، ثم اللواء إسماعيل عتمان بعده اللواء ممدوح شاهين ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية المصري اليوم خلال الشهر الماضي



أما في الشروق فجاءت الانتخابات بعد تغطية السياسات وآليات الحكم وأيضا بعد المظاهرات والاحتجاجات، كما أولت الصحفة بعض الاهتمام لموضوعات تناقش الحقوق السياسية والاجتماعية ولقاءات وحوارات المجلس العسكري والمجتمع المدني، وأيضا الإصلاح القضائي والقانوني، وأخيرا خصصت بعض المساحات للسياسات الخارجية

أما فيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس تغطية الشروق ليحصد قرابة ثلاثة أرباع التغطية التي نشرتها الصحيفة للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين جاء الفريق سامي عنان الذي كان على رأس عدد من اللقاءات مع القيادات السياسية، ثم اللواء ممدوح شاهين، وبعده اللواء إسماعيل عتمان ثم اللواء محسن الفنجري ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الشروق خلال الشهر الماضي



وبالنسبة لصحيفة الوفد، كانت تغطية الموضوعات المتعلقة بالانتخابات في الترتيب الثاني من حيث التكرار والاهتمام طوال الشهر الماضي، بعد المظاهرات والاحتجاجات، ويليهما السياسات وآليات الحكم التي احتلت الترتيب الثالث من اهتمام الوفد لتتعدد الموضوعات بعد ذلك ما بين اهتمامات بإصلاحات قضائية وقانونية، ومناقشة للحقوق السياسية والاجتماعية وأيضا السياسات الخارجية، وقانون الطوارئ وغيرها ويوضح الجدول التالي اهتمامات الوفد خلال الشهر الماضي بمختلف الموضوعات



وفيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس تغطية الوفد ليحصد قرابة ثلاثة أرباع التغطية التي نشرتها الوفد للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي الذي أدلى بعدد من التصريحات وتمت تغطية تصرحاته ومواقفه المختلفة ولقاءاته على سبيل المثال مع مسئولين ليبيين وأمريكيين وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين وفق تغطية الوفد جاء الفريق سامي عنان ثم اللواء محسن الفنجريويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الوفد خلال الشهر الماضي





وخلال الرصد الكيفي للصحف طوال شهر نوفمبر، اتضح أن جريدة المصرى اليوم انتهجت التغطية الإعلامية الناقدة للمجلس العسكرى، خلال شهر نوفمبر، وظهر ذلك فى 2/11 بتصريح المستشار زكريا عبد العزيز رئيس نادى القضاه الأسبق بأن المجلس العسكرى وراء الأزمة بين القضاه والمحامين واتهام المجلس بالعمل على تأجيل محاكمة رموز النظام السابق، وفي العدد نفسه، نشرت الصحيفة بيان منظمة العدل الدولية تدين خلاله إحالة علاء عبد الفتاح إلى القضاء العسكرى خاصة، وأن قواته كانت جزءا من العنف فى أحداث ماسبيرو وبالتالي لا ينبغي أن يتولى المجلس العسكرى التحقيق فى الوقائع

وبخلاف ذلك اهتمت الصحيفة بالموقف من وثيقة المبادئ الدستورية التي كان يتولى التفاوض والنقاش حولها نائب رئيس الوزراء الدكتور علي السلمي، ورفض التيارات والأحزاب الإسلامية لها ومقاطعة اجتماع الدكتور على السلمى رفضا لمسودة المبادى الأساسية للدستور

ومن بين المواقف التي أفردت لها المصري اليوم مساحة على صفحاتها، مقالا لضياء رشوان أكد فيه أن نظرية المؤامرة هيمنت على قطاعات واسعة من النخبة المصرية، محملا المجلس العسكرى مسئولية الاضطرابات كما اهتمت بإبراز تصريحات محمد سليم العوا فى 3/11 التي اعتبر فيها أن المجلس العسكرى من خلال وثيقه المبادىء "يغتصب سلطة البرلمان، خاصة وأن موادها تعطى للمجلس سلطات واسعة ومقال حسن نافعة اشار الى ان وثيق التوافق الدستور تحتوى على لغم كبير دسة المجلس العسكري، بالاضافة لتصريحات عصام سلطان رئيس حزب الوسط بان المجلس سيصبح المتحكم فى كل شيء بناء على الوثيقة المقترحة، وتصريحات متحدث باسم حزب الإصلاح حول أن المجلس العسكري والحكومة يستخفان بالمجتمع

وغيرها الكثير من الآراء الناقدة للوثيقة والمجلس والزج بصلاحيات واسعة للمجلس عبر الوثيقة التي كان الطرح الأساسي من القوى المدنية لها يركز على تنظيم مبادئ وضع الدستور الجديد كعقد جماعي بين كل مكونات الوطن وليس لضمان صلاحيات وسلطات غير محدودة للمؤسسة العسكرية.

كما نشرت الجريدة أخبارا تنقل انتقادات للمجلس العسكري منها خبر بعنوان"معركة المبادىء الدستورية"، تناول بيان الجماعة الإسلامية والتى طالبت فيه المجلس العسكرى بالتبرؤ من وثيقة المبادىء الدستورية التى وصفتها بالمشبوهة، وتصريحات المستشار محمود الخضيرى بأن المجلس تغافل عن عمد إصدار قانون العزل السياسى، وتصريحات محمد سليم العوا مرشح الرئاسة المجلس العسكرى بعنوان وثيقة السلمى ديكتاتوريّة حيث طالب المجلس العسكري بأن ينفى صلته بوثيقة مبادئ الدستور معتبرا أنها عمل يعرقل الانتخابات.

وفي الثامن من الشهر نفسه، جاءت الأخبار لتؤكد التغطية الناقدة للمجلس فيما يتعلق بالوثيقة وأيضا بالمحاكمات العسكرية وخاصة، قضية علاء عبد الفتاح، ومنها خبر بعنوان "الإسلاميون يواصلون الحشد لمليونية ضد الوثيقة"، تناول تصريح وحيد عبد المجيد الذى أكد فيها رفض البند الخاص بمعايير اختيار اللجنه التأسيسة والذى أعطى المجلس العسكري حق تشكيلها وآخر بعنوان "صحف أجنبية: علاء عبد الفتاح كبش فداء" نقلت فيه المصري اليوم عن جارديان أن استهداف علاء ما هو إلا جزءا من استهداف منهجي للصحفين والنشطاء من قبل المجلس العسكرى

بالإضافة إلى ذلك نشرت الصحيفة خلال الشهر الماضي العديد من المقالات الناقدة للمجلس من بينها مقال مامون فندى فى 9/11 بعنوان "مصر لعبة الثلاث ورقات" انتقد فيه العسكري والإعلان الدستورى ومقال حسن نافعة بعنوان "هدم أم انقلاب" أكد فيه أن المجلس تراخى فى إصدار التشريعات اللازمة لتحقيق أهداف الثورة ومقال لخالد السرحانى فى 18/11 بعنوان "متى ينتهى إضراب رجال الشرطة" أكد فيها أن المجلس لم يقم بإعادة هيكلة جهاز الشرطة متعمدا ومقال محمود خليل فى 20/11 بعنوان"الوارثوّن" والذي أكد فيه أن المجلس العسكري لم يرفع سيف المحاكمات العسكرية عن رقاب الثوار.

وخلال الشهر نفسه، كانت "الأهرام" الحكومية تقدم تغطية مؤيدة للمجلس العسكري، وهو ما ظهر من خلال نقلها للأخبار ونشر المقالات المؤيدة والتي تبرر موقف المجلس

وعلى سبيل المثال مقال 1/11 لأحمد كامل مرتجى بعنوان"بدائل المجلس العسكرى" أكد فيها أن المجلس هو الأحق والأجدر لقيادة المرحلة الحالية للبلاد، وهي النغمة نفسها التي تم الترويج لها قبل رحيل مبارك، حيث

التساؤل الذي كان يردده الإعلام الرسمي على الدوام من يأتي بعد مبارك؟ والتأكيد على عدم وجود بدائل وأن الدولة تنتهي بنهاية حكمه، وهو الأمر الذي كرره الإعلام الرسمي مع المجلس العسكري خلال الشهر الماضي، الذي تصاعدت خلاله الانتقادات بسبب الوثيقة والسلطات التي يرغب المجلس في تجميعها في يد المؤسسة العسكرية، بخلاف القتل والاعتداء الذي حدث ويحدث ضد المتظاهرين والمحتجين من قمع ومحاكمات عسكرية، تم استبدال بعضها مؤخرا بمحاكمات استثنائية أخرى أمام نيابات ومحاكم أمن الدولة التي تعتمد على قانون الطوارئ الذي رفض المجلس حتى الآن تعليق العمل به.

ومن المقالات التي نشرتها الأهرام خلال الشهر الماضي، وتوضح التأييد الكامل من المؤسسة المملوكة رسميا للشعب للمجلس العسكري مقال فاروق جويدة 4/11 بعنوان"وكانت مصر قبل كل شيء" انتقد فيها عدم توافق القوى السياسية مع المجلس العسكرى على حساب الدولة، ومقال 8/11 لفاطمة الزهراء بعنوان عندما يكون الحوار غير متكافئ دعت فيه لحوار متكافئ بين القوى السياسية و المجلس العسكرى.

ومقال عبد المنعم سعيد فى 9/11 بعنوان الانتخابات والأمن القومى أبرز فيه دور المجلس العسكرى فى حماية البلاد وإداراتها، ومقال للكاتب نفسه يوم 10/11 بعنوان النقاط فوق الحروف وتحتها شرح فيها المواد الدستورية وموقف القوات المسلحة فى الدستور الجديد.

وثالث فى 19/11 بعنوان صناعة المستقبل أكد فيها على ضرورة الانصياع لتعليمات العسكرى فى الفترة الحالية من أجل النجاح فى إدارة البلاد

ومن بين الأخبار التي حرصت الأهرام على إبرازها، خبرا نشرته يوم 2/11 بعنوان المشير طنطاوى يلتقى بعبد الجليل لدعم التعاون بين مصر

وليبيا"، وخبر بتاريخ 16/11 بعنوان"دعم كامل لوزارة الداخلية فى تأمين الانتخابات أبرز الخبر الدور الذى يلعبه المجلس العسكرى لتأمين الانتخابات البرلمانية القادمة وتعمدت الصحيفة بشكل عام نشر الأخبار التى تبرز إيجابية المجلس وتتجاهل انتقادات الثوار للمجلس العسكرى ومطالبهم بتسليم السلطة.

وعلى نهج الأهرام، كانت تغطية صحيفة الأخبار، مؤيدة فى تغطيتها للمجلس، وهو ما ظهر من خلال ما تهتم بنشره من أخبار ومقالات رأي، وعلى سبيل المثال خبر نشرته في يوم 3/11 بعنوان "الفريق سامى عنان نعمل لإقامة دولة مدنية لا فرق فيها بين مسلم ومسيحى وآخر عنوانه "إصدار المشير طنطاوى قرار بالعفو عن 334 مسجونا صدرت ضدهم احكام نهائية"، في محاولة لتقديم أعضاء المجلس باعتبارهم الحامين لمدنية الدولة وحقوق المواطنة وأيضا الاهتمام حتى بالسجناء الذين أدينوا بأحكام قضائية كما يتضح الانحياز من التركيز يوم 4/11 حول تقديم المجلس باعتباره "يبحث السماح للمصريين بالتصويت خارج مصر"، وجاءت أخبار 5/11 بها تهانى بمناسبة عيد الأضحى و منها خبر بعنوان"عصام شرف يهنىء المشير وعنان بحلول بعيد الأضحى"، وهو الخبر الذي يمكن القول بأنه "لا قيمة مهنية له على الإطلاق"، وفي 6/11 نشرت الصحيفة خبر مشابه بعنوان "تبادل المشير برقيات التهنئة مع أمراء الدول العربية بمناسبة عيد الأضحى"، وصبيحة يوم 7/11 أبرزت الأخبار تقريرا بعنوان "المشير طنطاوى وعصام شرف يؤديان صلاة العيد بمسجد القوات المسلحة .

ووسط كل المشكلات المحلية والإقليمية أبرزت الصحيفة الحكومية خبرا في عددها الصادر يوم 11/11 بعنوان "المشير طنطاوى يهنىء رئيس انجولا بالعيد القومى لها

وفي محاولة لتهدئة الغضب المتصاعد في الشارع بسبب وثيقة المبادئ الدستورية والسلطات الواسعة المقترحة للمؤسسة العسكرية في الدستور الجديد اهتم الإعلام الرسمي، وبالطبع صحيفة الأخبار، بنشر معلومات عن اقتراب المجلس العسكرى من إصدار تشريع باستبعاد رموز وقيادات الحزب الوطني المنحل وعزلهم من الحياة السياسية

ومع اقتراب الانتخابات، كانت التغطية بشكل عام تشمل إشادة بأي شيء يتعلق بالمجلس العسكري حيال العملية الانتخابية، واتهامات لمن يدعون لمقاطعة الانتخابات، رغم ضعف أصواتهم، مثل اعتبار أن هذه الدعوات محاولة "للوقيعة بين المجلس العسكري والقوى السياسية"، ومحاولة لعرقلة المسار الديمقراطي وغيرها من الاتهامات والإشارات إلى الأصابع الخارجية والتدخلات.

ومن بين الأخبار التي حرصت من خلالها الصحيفة على تقديم إيجابي للمجلس خبرا في عددها يوم 16/11 بعنوان"المشير فى اجتماعة بمجلس الوزراء إجراء الانتخابات خطوة رئيسية لبناء مصر الديمقراطية"، وآخر بعنوان"المشير طنطاوى يلتقى وقائد القيادة المركزية الامريكية حيث أشاد بإتاحة الفرص للمنظمات العالمية بمتابعة الانتخابات البرلمانية .

وفى 23/11 قامت الجريدة بتغطية إيجابية للمجلس رغم الاحتجاجات القوية في الميادين المصرية، والتي تطالب بتسليم الحكم لسلطة مدنية وعودة الجيش إلى ثكناته

واهتمت الأخبار بالتركيز على خطاب المشير طنطاوي وكذلك على اتفاق الفريق عنان مع 12 من رؤساء الاحزاب و المرشحين للرئاسة على جدول لتسليم السلطة، وتجاهلت الأخبار أن كثير من الأحزاب رفضت لقاء الفريق عنان أو لم تتم دعوتها للقاء كما تجاهلت أن المتظاهرين الذين خرجوا ضد

سياسات المجلس والصمت على قتل المتظاهرين بل والتورط فيه، لا يتبعون تلك الأحزاب ولا تمثلهم

أما جريدة الشروق فحرصت فى تغطيتها الإعلامية على تغطية الأخبار والأراء الناقدة بالمجلس، مثل تحذير الجمعية الوطنية للتغير من "موجة عنف خلال الانتخابات"، وانتقادها المجلس عن الاستجابة لمطالب الثوار والمطالبة بإلغاء الطوارىء، ونشرت يوم 8/11 تقريرا بعنوان "السلمى وضع نفسه فى موقف مثير للجدل والوسط العسكرى يريد أن يسيطر على الحكم بشكل غير مباشر كما نشرت تغطية لوقفة احتجاجية فى طلعت حرب لمطالبة العسكرى بتسليم السلطة

كما نقلت ردود أفعال بعض مرشحى الرئاسة المحتملين على الوثيقة وفي إطار الحشد لمليونية لرفضها، من بينهم عبد المنعم أبو الفتوح وانتقاده للمجلس العسكري ووصفة بالفاشل، ومحمد سليم العوا الذي أشار إلى أن المجلس يعمل بلا رقيب، مهددا بالعصيان المدنى ردا على ضبابية العسكري.

وبعدها اهتمت الصحيفة بنشر أخبار الانتقادات لتصريحات المشير وشاهين حول الجيش والبرلمان، وصلاحياته وحول الاعتداء على المتظاهرين في التحرير

ومن بين المقالات التي نشرتها الشروق، مقال أحمد يوسف أحمد فى 3/11 بعنوان ضد التيار افكار حول النقل الفورى للسلطة الى القوى الوطنية انتقد فيها أداء المجلس العسكرى خلال المرحلة الانتقالية ومقال 6/11 لوائل قنديل بعنوان "النصب على الشهداء ومصابى الثورة"، ومقال سيد قاسم المصرى فى 7/11 بعنوان رسائل إلى المجلس العسكرى أيها الاستبداد أبشر بطول سلام فى مصر"، وفى 13/11 نشرت مقال معتز عبد الفتاح بعنوان "إدارة البلاد على

غير صالح العباد" وفى 17/11 مقال عماد الدين حسين بعنوان "مصر تحتاج كبيًرا تدور حول الانفلات الأمني ومسئولية المجلس العسكري.

أما بالنسبة لصحيفة الوفد، فحاولت أن تعطي انطباعا محايدا وركزت على "إيجابيات المجلس والخطوات التي يقرها، وعلى الجانب الآخر تفسح مساحة لنشر بعض الانتقادات

ظهر ذلك فى خبر 5/11 بعنوان دعوى قضائية تطالب الجيش بالإشراف على الانتخابات وترشيح العسكرى للرئاسة" وفى 10/11 نشرت الوفد نص المبادىء الاساسية لاختيار الدستور ونص تعديلات المادتين 9 و 10 من وثيقة السلمى واهتمت بالدفاع عن موقف السلمي كما قدمت تغطية قوية لمظاهرات العباسية المؤيدة للمجلس العسكري.

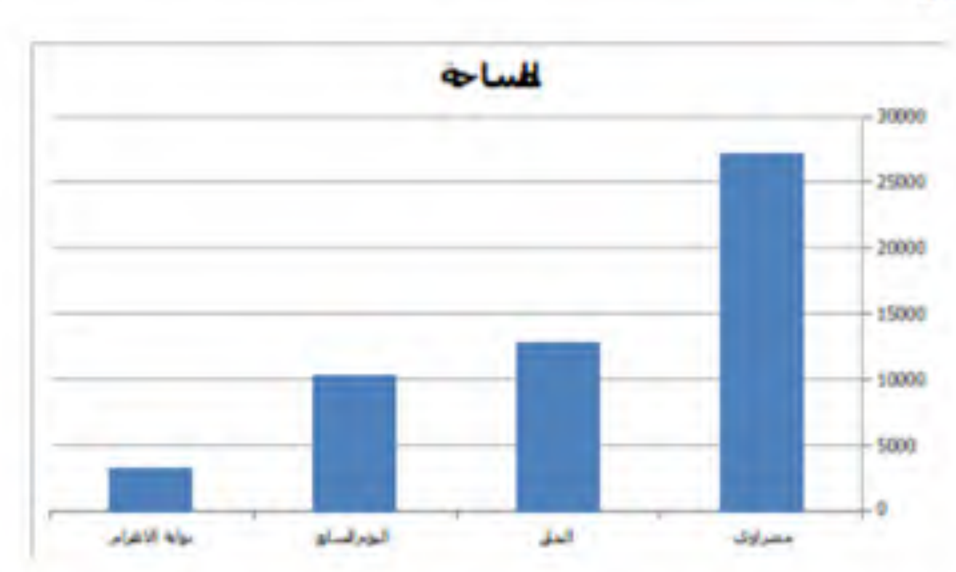
وكانت الوفد هي مصدر الشرارة الأولى لاعتقال علاء عبد الفتاح واتهامه بسرقة سلاح وقتل جندي بالجيش، من خلال مقال نشرته حنان خواسك، التي طالبت في مقال آخر بتاريخ 14/11 المجلس العسكرى بتحمل المسئولية كاملة مؤكدة على قدرته على ذلك داخليا وخارجيا

وعلى الجانب الآخر، نقلت الوفد انتقادات حازم صلاح أبو إسماعيل للمجلس العسكرى و"توعده بمليونية 18 نوفمبر، ونشرت مقالا لأسامة أبو طالب فى 8/11 اعتبر فيه أن المجلس العسكرى هو المتسب فى المظاهرات والانفلات الأمني واهتمت بتغطية مظاهرات التحرير والاعتصام والانتقادات التي وجهها المعتصمون والمحتجون للمجلس العسكري

التغطية الاعلامية للمجلس العسكرى فى المواقع الالكترونية

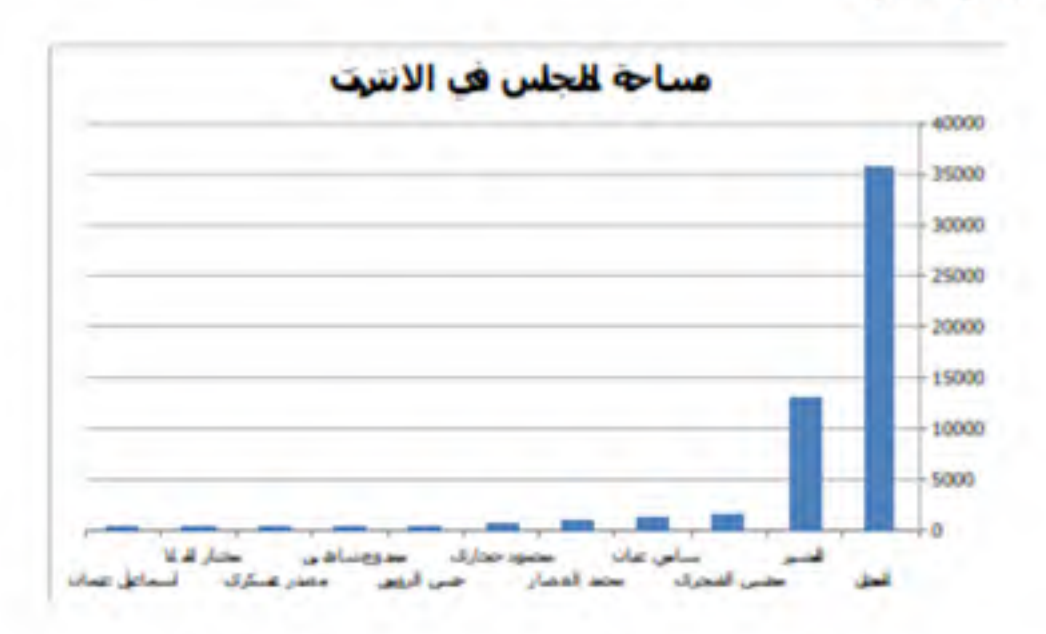
في المواقع الإليكترونية، كان موقع مصراوي هو الأكثر تغطية للمجلس العسكري خلال ساعات الرصد طوال شهر نوفمبر بمعدل تخصيص 27096كلمة يليه موقع البديل (12797كلمة) ثم اليوم السابع (10217كلمة) وأخيرا بوابة الأهرام (3047كلمة)

ويوضح الرسم البياني التالي هذه النسب التي تم رصدها على مدار الشهر ولمدة ثلاث ساعات يوميا من التحديث في كل موقع من العينة محل الرصد



أما بالنسبة لعدد الكلمات التي تم من خلالها تغطية الفاعلين العسكريين (المجلس ككيان وكل أعضائه بأسمائهم) فكانت المساحة الأكبر من التغطي من نصيب المجلس العسكري بمعدل 35472كلمة يليه المشير طنطاوي بمعدل 12872كلمة ثم اللواء محسن الفنجري الذي كان مصدرا في تغطيات خصصت لها المواقع محل الرصد 1257كلمة يليه اللواءات سامي عنان (1173كلمة) ومحمد العصار (832كلمة) ثم محمود حجازي وحسن

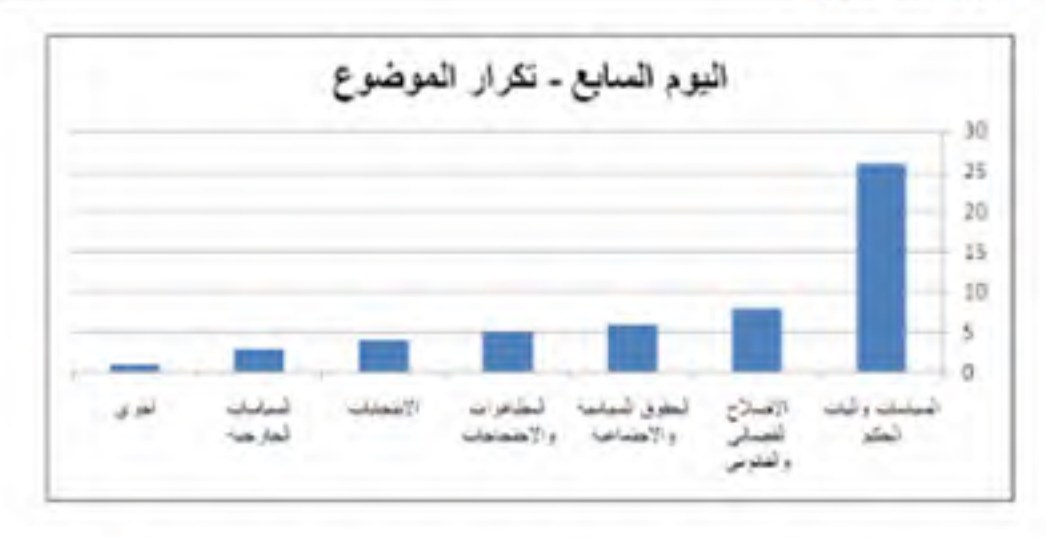
الرويني وممدوح شاهين ومختار الملا واسماعيل عتمان وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي



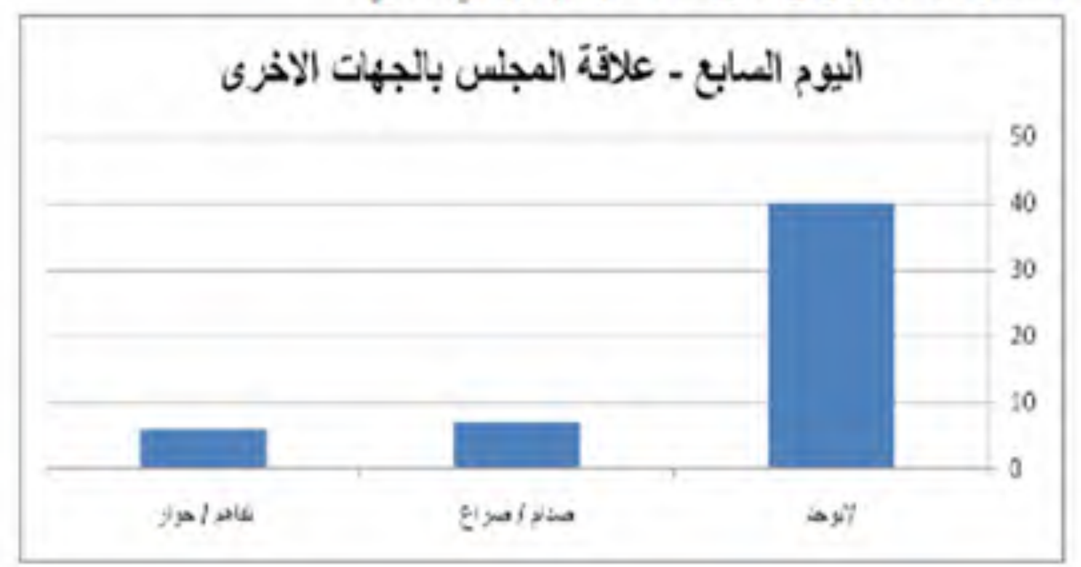
وبالنسبة للموضوعات التي ركزت عليها تغطيات المواقع الإلكترونية المختلفة يتضح تراجع ترتيب الانتخابات في التغطية المتعلقة بالمجلس العسكري والتي بدأت في نهاية شهر نوفمبر، واختلف ترتيب الاهتمام بها من موقع لآخر.

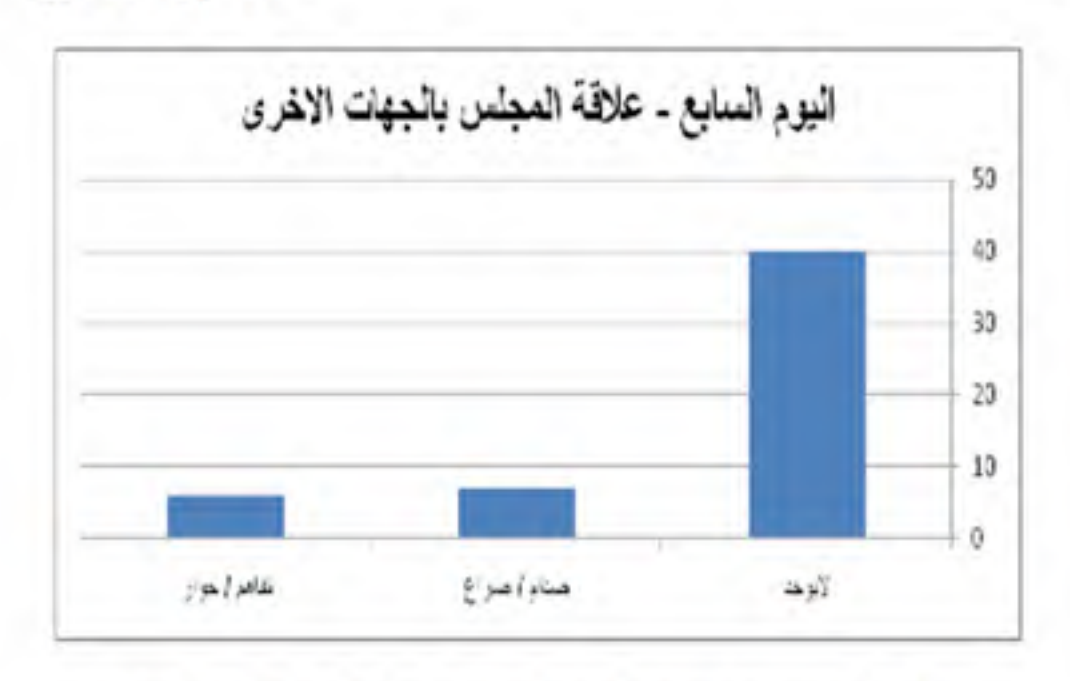
ففي موقع اليوم السابع اتضح من خلال الرصد الكمي أن السياسات وآليات الحكم، جاءت على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني ثم الحقوق السياسية والاجتماعية وفي الترتيب الرابع جاءت المظاهرات والاحتجاجات، تليها الانتخابات في الترتيب الخامس من حيث تكرار عدد الأخبار التي تناقشها.

ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام اليوم السابع بمختلف الموضوعات

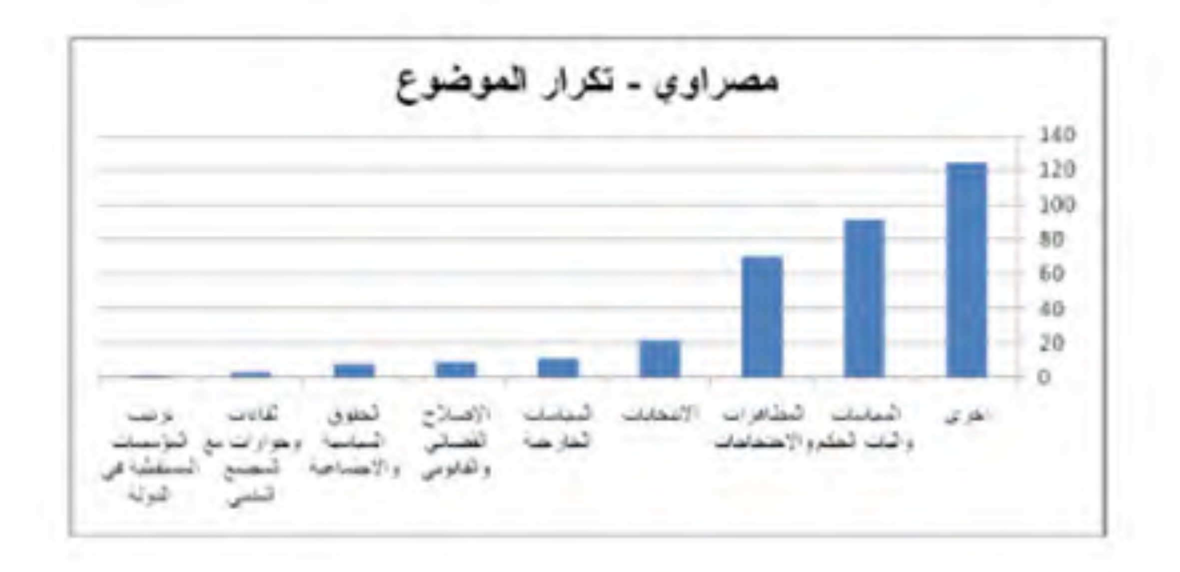


وبالنسبة لتغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية اليوم السابع أميل للتركيز الأخبار التي لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، بينما يليه في الترتيبين الثاني والثالث وبمعدل متقارب للغاية تأتي الأخبار والتقارير التي يعكس خلافا أو صداما، وتلك التي تعكس تفاهما أو حوارا بين المجلس والجهات الأخرى التي يتم تغطيتها في الخبر وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي





وفي موقع مصراوي، جاءت أيضا السياسات وآليات الحكم، على رأس الاهتمامات يليها المظاهرات والاحتجاجات، ثم الانتخابات في الترتيب الثالث من حيث تكرار عدد الأخبار التي تناقشها ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام موقع مصراوي بمختلف الموضوعات



وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية مصراوي أميل للتركيز المتوازن على كل من الأخبار التي تعكس الاختلاف أو الصدام بين المجلس وباقي الجهات، يليه بفارق ضئيل جدا الأخبار والتقارير التي تعكس نوعا من الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي الجهات، وفي الترتيب الثالث جاءت الأخبار التي لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي



وبعكس الأهرام الورقية، التي تصدرت الاهتمامات فيها تغطية الانتخابات وعلاقتها بالمجلس العسكري، تراجع اهتمام بوابة الأهرام بعلاقة المجلس بالانتخابات لتأتي في الترتيب الرابع من الاهتمام بعد السياسات وآليات الحكم، والمظاهرات والاحتجاجات، والسياسات الخارجية ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام بوابة الأهرام بمختلف الموضوعات لدى تغطيتها للمجلس العسكري خلال شهر نوفمبر



وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية بوابة الأهرام أميل للتركيز على الأخبار التي تركز على الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي الجهات، أو أخبارا لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، ليأتي في الترتيب الثالث الأخبار التي تعكس صداما أو خلافا مع المجلس، وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي



وبالنسبة لموقع البديل، جاءت الانتخابات وعلاقتها بالمجلس العسكري، في الترتيب الرابع كما هو الحال في بوابة الأهرام، بينما جاءت المظاهرات والاحتجاجات في الترتيب الأول بفارق كبير عن باقي الموضوعات المختلفة، وفي المركز الثاني كان الاهتمام بالسياسات وآليات الحكم، يليه ترتيب المؤسسات المستقبلية في الدولة ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام البديل بمختلف الموضوعات لدى تغطيته للمجلس العسكري خلال شهر نوفمبر



وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية البديل أميل لتقديم الأخبار التي تشمل صراعا أو تضادا في الإرادات بين المجلس العسكري وباقي الجهات وهو ما شكل قرابة نصف تغطية الموقع للمجلس العسكري خلال نوفمبر ، وجاء في الترتيب الثاني علاقة الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي القوى ويوضح الرسم البياني التالي علاقة المجلس بالجهات الأخرى في الدولة كما ظهر في تغطية البديل



وخلال الرصد الكيفي الذي اعتمد بالأساس على تجميع الانحيازات المختلفة طوال الشهر، اتضح أن موقع البديل اعتمد على الأسلوب النقدى لأداء المجلس العسكري، ويتضح ذلك فى المقالات التي يهتم الموقع بنشرها، مثل مقال وليد عثمان في أول نوفمبر الذي اعتبر فيه أن المجلس العسكرى تسلم مصر فى فبراير وطنا موحدا وحولها إلى فرق ومقال لهشام سلماوي أكد فيه أن ثمانيه أشهر من المماطلة والتسويف والطوارىء جعلت الكثير يرى أن المجلس العسكرى لن يسلم السلطة، ومقال آخر للكاتب نفسه بعنوان "العسكري سيد قراره"، و مقال لوفاء إسماعيل بعنوان البيعة للعسكر فوق جبل عرفات وآخر لنادر فرجانى بعنوان هل يعانى المجلس الأعلى للقوات المسلحة من الفصام

هذا بالإضافة إلى نوعية الأخبار التي ينشرها الموقع، والتي اتضح من خلال الرصد الكمي أنها تعبر عن علاقات تصادم أو خلاف بين المجلس والجهات الأخرى التي تتحدث عنها الأخبار، كما هو الحال بالنسبة لتصريحات خالد السيد ممثل ائتلاف شباب الثورة الذي طالب فيها المجلس العسكرى بسرعة إنهاء الفترة الانتقالية و تسليم البلاد لهيئة مدنية منتخبة وخبرا نشره الموقع يوم 3/11 بعنوان "الغضب الثانية وحملة أبو إسماعيل يحشدان لمليونية 18 نوفمبر ودعوات الاعتصام مفتوحة حتى رحيل العسكري"، واختارت البديل بعكس غيرها من المواقع أن تبرز الهتافات المناهضة للمجلس العسكري في عناوين تغطياتها للمظاهرات المختلفة:مثل "المئات يشاركون فى مسيرة دوران شبرا لدار القضاء و يهتفون يسقط يسقط حكم العسكر"، و"وقفه احتجاجية لمصابى الثورة بالتحرير يحمل العسكرى مسئولية عدم علاجهم ورفدهم من وظائفهم و"مليونية للمطالبه برحيل المجلس العسكرى

واستمر تركيز البديل على رفض المحاكمات العسكرية للمدنيين ومن بين التغطيات خبرا نشره الموصع يوم 6/11 بعنوان "الناشطة من سيف تتحدث عن محاكمة علاء ولا للمحاكمات العسكرية و ثورة أمهات المعتقلين و كشوف العذرية بالإضافة إلى التغطية المستمرة لمحاكمة علاء سيف وإضراب والدته عن الطعام ثم قبوله الرد على محكمة أمن الدولة العليا طوارئ، والدفاع عن نفسه باعتبارها محكمة مدنية رغم كونها استثنائية

وقام الموقع بتغطية أحداث التحرير والهجوم على المتظاهرين وجاءت عناوين الأخبار:مثل "مطالبة المتظاهرين بمحاكمة المسئولين عن الهجوم وإسقاط المجلس العسكرى و"العفو الدولية العسكرى فشل فى الوفاء بوعوده ومسئول عن قائمة من الانتهاكات تجاوزت سجل مبارك و"أبو إسماعيل فى

رسالة للمشير وعنان مفيش قدامكوا غير أن تركبوا الطائرة وتمشوا"، بالاضافة لاخبار تناولت نقد ادارة المجلس العسكرى للازمة.

أما موقع اليوم السابع، فاكتفى بعرض الأخبار المتعلقة بالمجلس العسكرى بشكل محايد وظهرت الأخبار غير الناقدة فى خبر 2/11 بعنوان إصدار المشير قرار بالعفو ل 344 شخصا ، وفى 6/11 اهتم الموقع بفرد مساحات لتهنئة القوات المسلحة للشعب المصرى بعيد الأضحى.

وفي مواقف أخرى تعكس تأييدا أو موقفا إيجابيا مثل خبرا بعنوان المشير يبحث دعم التعاون مع ليبيا خلال لقائه برئيس المجلس الانتقالى"، والأخبار عن تكوين عمرو موسى مجلسا استشاريا يضم عددا من مختلف القوى السياسية وممثلين من المجلس العسكري، وبالنسبة للأخبار الناقدة للمجلس، نقل الموقع تصريحات ومواقف بعض القوى مثل تصريح محمد مرسى رئيس حزب الحرية والعدالة والتي اتهم فيها العسكري بتجاهل الاستفتاء، وخبرا بعنوان تايمز القضاء العسكرى يتحدى شباب الثوْرة واتهمت الصحيفة وفقا للموقع المجلس العسكرى بالسيطرة على المرحلة الانتقالية هذا بالإضافة إلى تغطية لوقفات مختلفة في عدد من عواصم العالم للتضامن مع المتظاهرين في التحرير ومن أجل استكمال الثورة بعنوان "عواصم العالم تشهد اليوم العالمى للتضامن من اجل الدفاع عن الثورة المصرية

وفيما يتعلق بانحيازات ونوعة الأخبار التي نقلها موقع بوابة الأهرام خلال شهر نوفمبر، عرض الموقع كافة الأراء والأخبار الخاصة بالمجلس العسكري، وخاصة الإيجابية منها حتى وإن كانت أخبارا غير هامة ومن بين ما نشره الموقع خبرا بعنوان "عبد الجليل في القاهرة فى أول زيارة له بعد مقتل القذافى"، ونقل فيها الموقع أن رئيس المجلس الانتقالي الليبي التقى بالمشير

طنطاوى لبحث سبل تفعيل العلاقات بين البلدين، دون تفاصيل عن اللقاء أو معلومات عن "تفعيل العلاقات وطريقتها وأيضا خبرا بعنوان "المشير يهنىء القوات المسلحة بمناسبة حلول عيد الأضحى" و "المشير طنطاوى يتبادل التهانى مع ملوك الدول بمناسبة عيد الأضحى و "المجلس الاعلى للقوات المسلحة يهنىء الشعب المصرى بعيد الاضحى المبارك و "المشير طنطاوى يهنىء رئيسة ليبريا بإعادة انتخابها و"برقيات شكر وثقه للمجلس العسكرى من مصريين بأمريكا وكندا

كما حرص الموقع على نقل الأخبار عن وثيقة السلمى وردود الأفعال عليها ومن بينها الرافضة لها والاستعدادات للمليونية التي ترفضها ومن بين تلك التغطيات جاءت عناوين:مثل "القوى السياسية تمنح العسكري والحكومة مهلة حتى الأربعاء للتراجع عن وثيقة السلمي"، و "بالفيديو البرادعى للعسكرى ليس لديكم خبرة فى إدارة البلاد سلموا السلطة وعودوا لثكناتكم لحماية الوطن و "أيمن نور نريد جيش لمصر ولا نريد مصر للجيش والسياسات المالية تكره الشعب فى الثورة .

اما موقع مصراوي، فقد لاحظ أنه حاول أن نقل عدد من الأخبار التي تبدو تطمينية للمخاوف من استمرار العسكر في السلطة:مثل "مصدر رفيع المشير سيتقاعد فى هدوء بعد تسليم السلطة"، مؤكدا أن المشير لا ينوى الترشيح وأن المجلس لن يرشح عسكري لمنصب الرئاسة و"مشاورات بين الحكومة و المجلس العسكرى حول أزمة وثيقة السلمى" ، و"مصدر أمريكى مطلع مصر دولة قوية جدا والعسكرى سيسلم السلطة"، ونقل الخبر تأكيد مصدر فى السفارة الأمريكية ثقه بلاده فى المجلس ودعمها الكامل له

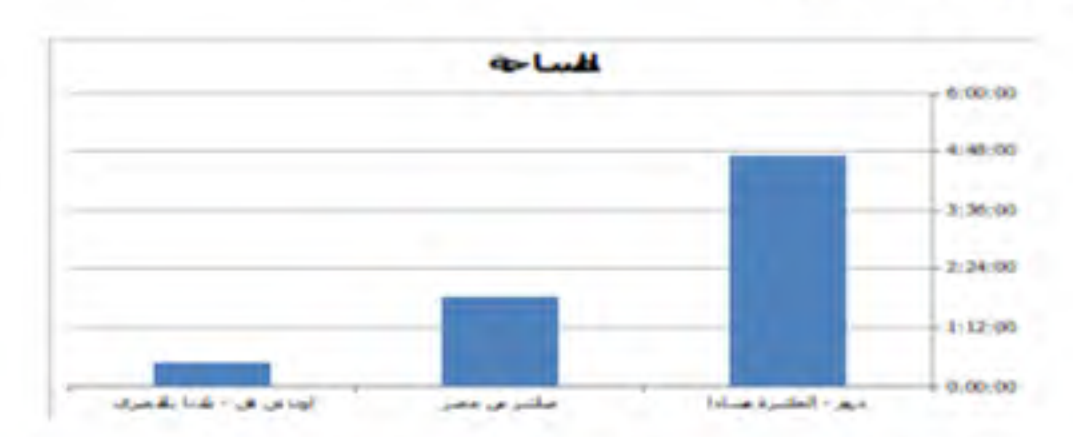
هذا بالإضافة إلى نشر خبرا بعنوان "سليمان الجيش هو الجهة الوطنية الوحيدة المؤتمنه على مصر"، ناقلا رفض عمر سليمان الهجوم على

المجلس العسكرى والضغط عليه ومطالبته بأن يكون إصلاح سياسات المجلس بالحوار معه كالحوار مع الاشقاء

وفي المقابل، نشر الموقع أخبارا ناقدة للمجلس مثل دعوى قضائية ضد المجلس العسكرى تطالب بحل نادى القضاه، وخبر إدانة منظمة العفو الدولية لإحالة الناشط علاء عبد الفتاح إلى القضاء العسكري وعناوين مثل "مركز حقوقى أحداث ماسبيرو اسو كارثة بعد نكسة 67"، والذي انتقد فيه مدير مركز القاهرة المجلس العسكري واعتبر أنه السبب الرئيسي في تراجع الثورة وأن الفرق بين مصر وتونس هو أن المجلس العسكري فى مصر يرغب فى تحقيق مكاسب خاصة مما أدى لتعثر الثورة وفى 12/13 / 11 كانت جميع الأخبار ناقدة لسياسات للمجلس وتعبر عن رفض وثيقة السلمى ومنها خبر بعنوان "شباب الثورة يشارك فى جمعة تسليم السلطة و يدرس الاعتصام فى التحرير لحين تحقيق مطلب وضع جدول زمنى لنقل السلطة وآخر بعنوان "الإخوان توكد مشاركتها فى مليونية الجمعة القادمة" وذلك لرفضها وثيقة السلمى وبنودها التى تعطى للمجلس العسكرى سلطات واسعة وفى 17/11 تم نقد المجلس العسكري فى عده أخبار منها خبر بعنوان "البرادعى نعيش فترة انتقامية وليس انتقالية والذي انتقد فيه البرادعي إدارة العسكر للبلاد وطالب المجلس بمراجعة سياساته ودعم الثورة

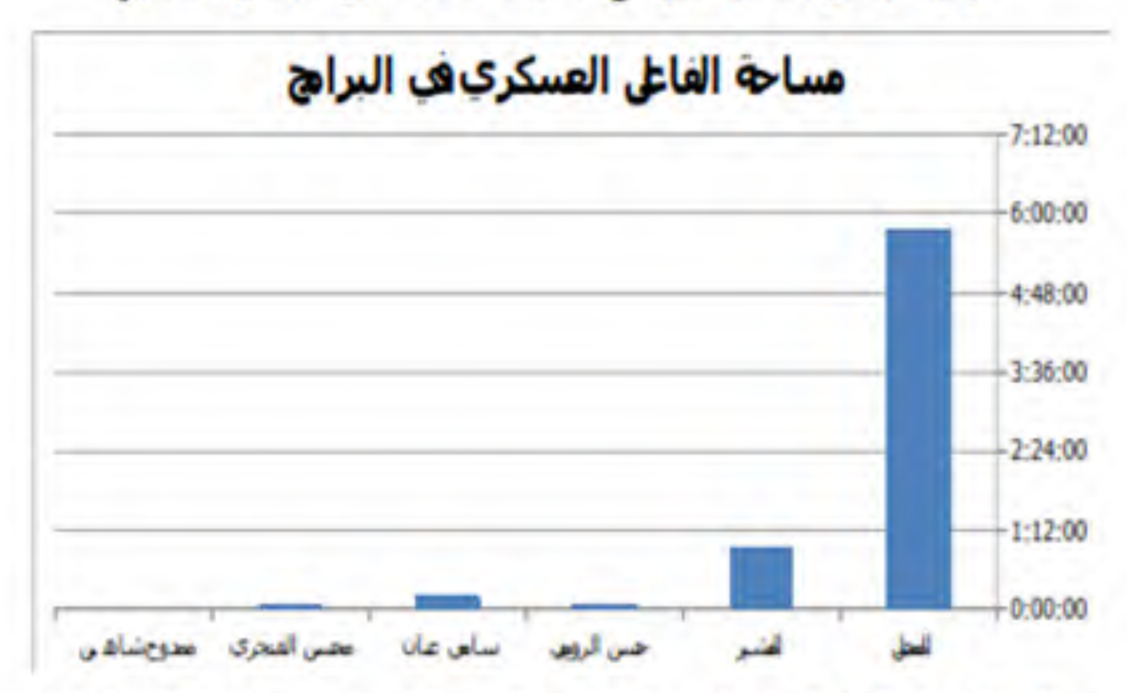
التغطية الإعلامية للمجلس العسكري في البرامج التليفزيونية

في تغطيتها للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، جاء برنامج العاشرة مساء الذي تبثه قناة دريم في مقدمة البرامج محل الرصد التي خصصت مساحة للمجلس بمعدل أربعة ساعات و 41دقيقة وسبع ثوان خلال شهر نوفمبر ، مقابل ساعة و 48دقيقة و 13ثانية في برنامج مباشر من مصر (الفضائية المصرية) و 26دقيقة وخمس ثوان في بلدنا بالمصري (أون تي في) ويوضح الرسم البياني التالي تلك النتيجة

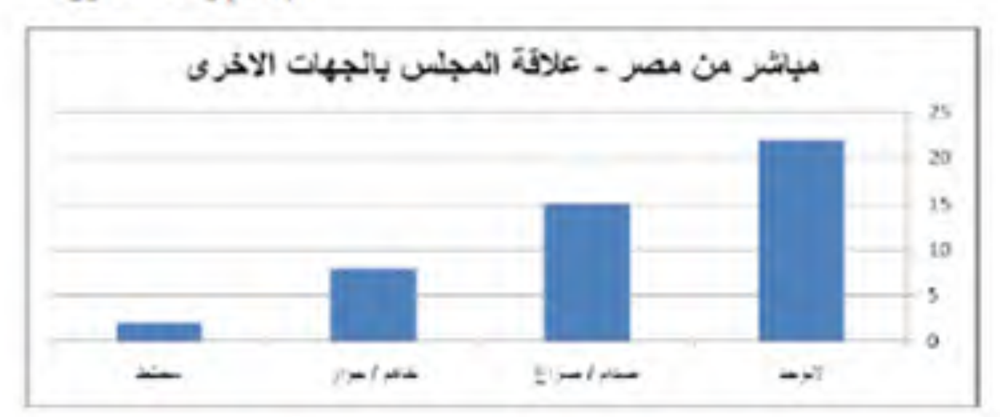


وحول المساحات التي تم تخصيصها للفاعلين العسكريين (المجلس وأعضائه) جاء المجلس العسكري في الترتيب الأول بمعدل خمس ساعات و 44دقيقة و 45ثانية خلال شهر نوفمبر في البرامج الثلاثة، مقابل 54 دقيقة وسبع ثوان للمشير طنطاوي، يليه الفريق سامي عنان (8 دقائق و 28ثانية) ثم اللواء حسن الرويني (4دقائق) ثم اللواء محسن الفنجري (3 دقائق و 35 ثانية) وأخيرا اللواء ممدوح شاهين (30ثانية)، وفقا لما يوضحه الرسم البياني التالي

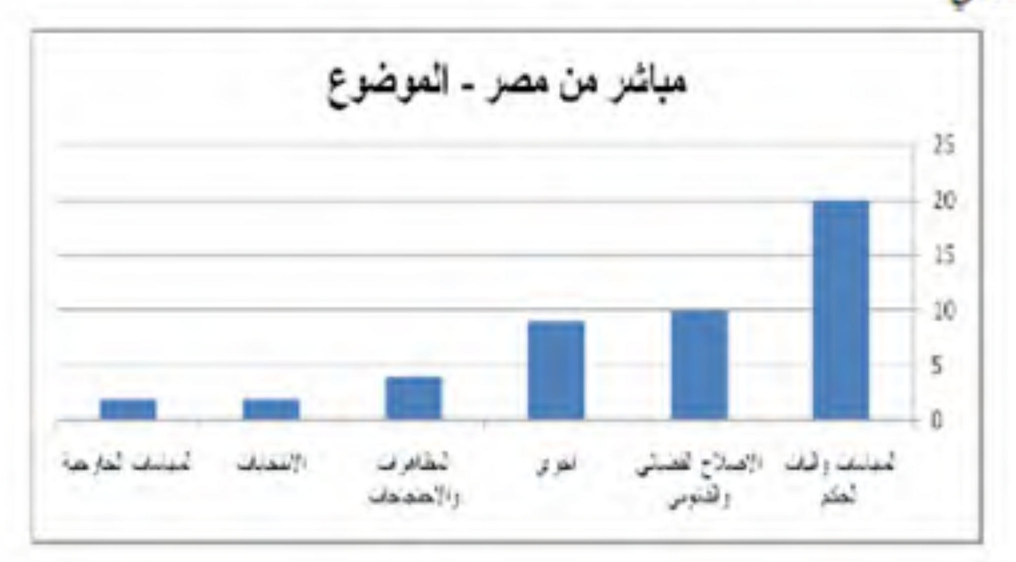
وفيما يتعلق بتغطية البرامج المختلفة للعلاقة بين المجلس العسكري



وباقي الجهات في في الدولة المصرية، كان برنامج مباشر من مصر أميل للتغطية الخبرية التي لا يكون فيها أي تحديد لصراع أو توافق بين المجلس وباقي القوى أو تقديم الأخبار دون ذكر أي جهات أخرى في الخبر بخلاف المجلس العسكري وفي الترتيب الثاني، ناقش البرنامج الأخبار التي بها مواقف صدام أو خلاف بين المجلس وبين جهات وقوى أخرى في مصر، يليه في الترتيب – وفق الرصد للبرنامج طوال شهر نوفمبر الأخبار التي تعبر عن توافق أو حوار بين المجلس وجهات أخرى وهو ما يتضح في الرسم البياني التالي



وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها "مباشر من مصر"، خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت السياسات وآليات الحكم على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني، ثم المظاهرات والاحتجاجات تليها الانتخابات وأخيرا السياسات الخارجية، وفقا ما هو موضح في الرسم البياني التالي:



وفي برنامج العاشرة مساء، حرص البرنامج على عدم تناول العلاقة بين المجلس وباقي القوى في أغلب التغطية التي قدمها خلال نوفمبر، مقدما تقارير عن تفاهم أو حوارات بين المجلس وقوى سياسية خلال الشهر، بينما عرض تقريرين اثنين لم تكن العلاقة بين المجلس والجهات الأخرى فيهما واضحة فكانت

4

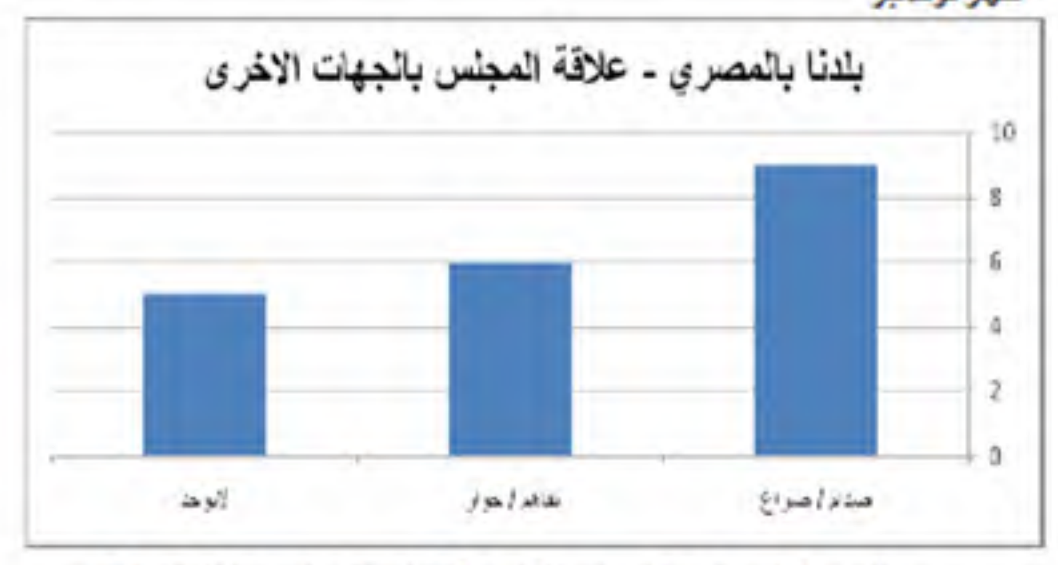
مزيجا من الحوار والتعارض بينما لم يعرض أي صدام أو خلاف واضح في أي من تقاريره



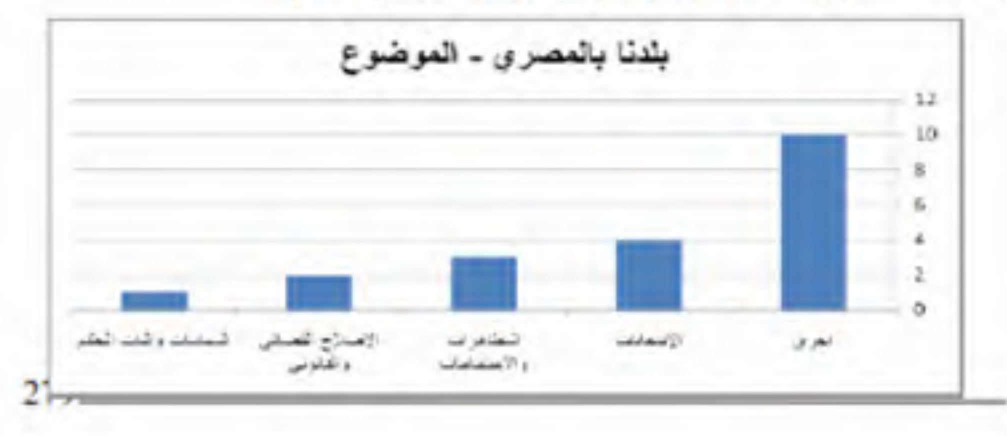
وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها البرنامج خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت الحقوق السياسية والاجتماعية على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني، ثم السياسات وآليات الحكم، وبعدها الانتخابات في الترتيب الرابع وخامسا تأتي المظاهرات والاحتجاجات تليها أخيرا ترتيب المؤسسات المستقبلية للدولة وفقا ما هو موضح في الرسم البياني التالي



واختلف ترتيب عرض نوعية العلاقات بين المجلس وباقي القوى في برنامج بلدنا بالمصري، حيث جاءت الأخبار التي تنقل خلافا أو صراعا في الترتيب الأول، يليها أخبار التفاهم والحوار بين المجلس والقوى المختلفة، وأخيرا الأخبار التي لا تطرق لأي جهات أخرى خلال عرضها، ويوضح الرسم البياني التالي نتيجة رصد تغطية البرنامج للمجلس العسكري في علاقته بباقي القوى خلال شهر نوفمبر



وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها "بلدنا بالمصري" خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت الانتخابات في المقدمة، يليها المظاهرات والاحتجاجات، ثم الإصلاح القضائي والقانوني، وأخيرا آليات وسياسات الحكم، وفقا ما هو موضح في الرسم البياني التالي



أما بالنسبة، للتحليل الكيفي خلال الشهر للبرامج الثلاثة محل الرصد، اتضح أن التغطية الاعلامية فى برنامج العاشرة مساءا على الأسلوب النقدى للمجلس العسكري، وهو ما ظهر على سبيل المثال فى حلقة 13/11 حيث طرحت تساؤلات حول حملة المشير رئيسا وما إذا كان المجلس موافق أم لا وطالبته بتوضيح موقفه، وانتقد الدكتور عمار على حسن ضعف الإرادة السياسية لدى المجلس العسكرى للإطاحة بالنظام القديم

وأيضا تناولت حلقة يوم 15/11 نقد الوثيقة الدستورية للدكتور السلمى، خاصة فيما يتعلق بأنها تعطي المجلس العسكري صلاحيات أعلى من الحكومة، وفى حلقة 21/11 أكد سليم العوا فى حواره مع منى الشاذلي أن المجلس العسكري هو مبارك.

أما برنامج بلدنا بالمصرى فقد اهتم بعرض جميع الأخبار التي تتناول أو تصدر عن المجلس العسكرى دون تدخل، حيث عرض فى 31/10 تصريحات يسرى حماد المتحدث الرسمى باسم حزب النور بأن المجلس العسكري وعد بقانون العزل السياسى خلال 27 ساعة و لم يحدث وبالتالى يصبح البيان الذي أصدره المجلس كأن لم يكن" وفى 28/11 عرض البرنامج تصريحات الناشطة عايدة سيف الدولة الناقدة للعسكري والرافضة للانتخابات في ظله لأنها ستنتجح برلمانا بلا صلاحيات، هذا بخلاف أنها تأتي سط سيل لدماء المتظاهرين في التحرير، وفي لمقابل كان الرأي الأخر الذي مثله الناشط وائل خليل والذي اعتبر أن الشعب لدية فرصة فى انتخاب القوى السياسية المناسبة ممايمكن استخدامه لاحقا لترجيح كفة الشعب وقيادته المدنية المنتخبة في مواجهة المجلس العسكرى

وحاول برنامج مباشر من مصر تقديم تغطية محايدة للمجلس العسكرى حيث نقل مثلا خبرا في حلقة يوم 12/11 "فايناتشيال تايمز المجلس

العسكري يجعل الثورة المصرية فى خطر" ومقل أيضا اتهام الدكتور أحمد أبو بركة المستشار القانونى لحزب الحرية والعدالة للمجلس بالتخلي عن أهداف الثورة.

هذا في مقابل أخبارا وتقارير مؤيدة للمجلس من بينها تحركات وقرارات المجلس وتصريحات أعضائه، وتأكيد السفارة الأمريكية بالقاهرة أن المجلس سيسلم السلطة لحكومة مدنية منتخبة، وتأكيدات رئيس الوزراء السابق عصام شرف أن قانون الإفساد السياسى فى طريقة للصدور، ثم الإعلان عنه بعد صدوره

تحليل النتائج الخاصة بالبرامج الثقافية

من خلال الدراسات الميدانية التى تمت من قبَل العديد من المؤسسات البحثية فى المجال الإعلامى لقياس مدى تأثير الإعلام الثقافى والبرامج الثقافية على جمهور المتلقين ، يمكن استنتاج أن نسبة البرامج الثقافية التي تبث في القنوات الفضائية العربية هي جيدة، رغم التباين الواضح بين فضائية وأخرى، فقناة دبي تكاد تنعدم فيها البرامج الثقافية، بينما نجد قنوات أخرى تقدم برامج ثقافية نوعية وكمية

- تؤشر الدراسة إلى تراجع البرامج الثقافية ذات المضمون الأدبي لصالح البرامج ذات المضامين الفنية كالغناء والموسيقى والسينما والرقص والتمثيل، وكذلك الثقافة العامة
- يلاحظ أزدياد نسبة البرامج الثقافية التي تبث بشكل مباشر، حيث بلغت حوالي 46٪، قياساً بالسنوات الماضية ففي دراسة كمال الحاج لم تتعدى نسبتها 3٪، مما يعني تفاعلها الإيجابي مع التطور، فالبث المباشر يحقق أهداف الرسالة الإعلامية بشكل أكثر إيجابية فهو يشجع على التفاعل بين القائمين بالاتصال والمتلقين، ويحفز القائمين بالاتصال على تطوير كفاءاتهم، ويسمح للمتلقين بالتعبير عن أفكارهم ومساهمتهم الإيجابية

- وجدت البحوث تنوع القوالب الفنية في البرامج الثقافية، كما نجد التنوع في نفس البرنامج الواحد، مما يدل على مراعاة التطور وذوق المشاهد ومزاجه كي لا يصاب بالملل من أستمرار نفس القالب طيلة البرنامج
- ازدياد استخدام الأسماء الأجنبية في تسمية البرامج الثقافية، ففي العينات التي شملها البحث نجد أسماء البرامج التالية:
  - توب ستار Toop Star
  - FM TV
  - Trait Union
  - Sinamatik
  - Studio 24
- توزعت البرامج الثقافية على أيام الأسبوع، وجاء يوم السبت في المقدمة حيث بلغت نسبة البرامج الثقافية التي تبث يوم السبت ب 17٪، يليه الأثنين بنسبة 15 والأحد بنسبة 14٪، ومن ثم أيام الخميس والجمعة بنسبة 13٪، فالثلاثاء بنسبة 10٪، ووجود يوم السبت في المقدمة لربما يفسر ذلك بكون بعض الدول العربية تكون عطلتها الأسبوعية السبت والأحد

ونشير في نفس الوقت إلى أن المتلقين يفضلون يوم الجمعة بنسبة 24،5 والسبت بنسبة 20 والأحد بنسبة 17 والخميس بنسبة 15 كأفضل الأيام لمشاهدة البرامج الثقافية، أي يوجد انسجام نسبي باستثناء يوم الاثنين حيث تقدم به نسبة جيدة من البرامج وهي 15 بينما جاء ترتيب الجمهور له فقط بنسبة 10٪.

- معظم البرامج تقدم أسبوعياً ويكرر بعضها مرة على الأقل، حيث تجاوزت البرامج الثقافية التي تقدم أسبوعياً ال 70٪، حيث لا تتحمل هذه البرامج أن تكون يومية كونها تحتاج إلى التهيئة والإعداد الجيدين، ومع ذلك توجد برامج يومية تحوي مضامين ثقافية لا بأس بها وجاءت نسبتها 18٪.

- أما موسيقى المقدمة التتر فكانت الموسيقى الشرقية هي السائدة بنسبة 36 تليها الموسيقى الغربية بنسبة 23 فالكلاسيكية بنسبة 20 فالفولكلورية بنسبة 13 ونلاحظ مجيء الموسيقى الغربية بالدرجة الثانية مما يعني زيادتها قياساً بالفترات الماضية
- طول الفترة الزمنية لتقديم البرامج الثقافية كانت بحدود 60 دقيقة بنسبة كبيرة هي 48٪، يليها 30 دقيقة بنسبة 19٪، وبحدود 90 دقيقة بنسبة 15٪ ويعتقد 90 من القائمين بالاتصال بأنه زمن مناسب للبرنامج الذي يساهم به ونجد أن 60 دقيقة هي فترة زمنية مناسبة حيث تتيح تقديم مادة جيدة من ناحية الكم، ولا تبعث الملل لدى المتلقين
- كان مضمون البرامج الثقافية هي على التوالي، المضامين الثقافية العامة والمضامين الخاصة بالتثقيف والتوعية العامة هي المضامين الرئيسية كونها كانت بحدود 28٪، تليها المضامين الفنية كالسينما والمسرح والموسيقى والغناء والرقص بنسبة 13٪، أما المضامين الأدبية فجاءت بنسبة 12 وكذلك المضامين الخاصة بالموضوعات التراثية والتاريخية بنفس النسبة، بعدها المضامين الفكرية بنسبة 10 و الفنون التشكيلية بنسبة 10 والموضوعات الوثائقية بنسبة 8٪.

نلاحظ انحسار نسبة المضامين الأدبية على حساب المضامين الثقافية العامة والفنية بينما كانت تشكل نسباً أكبر في السابق

- تؤشر نتائج البحث إلى ازدياد استخدام اللهجة المحلية في سياق تقديم البرامج الثقافية، فهناك 74 من البرامج تستخدم اللهجة المحلية منهم 25٪ يستخدمها بكثرة و 35 بشكل متوسط و 40 يستخدمها أحياناً والغريب في الأمر أن الجمهور فضل أن تقدم البرامج الثقافية كخليطا بين الفصحى والعامية بنسبة 61 و33 فقط يفضل الفصحى، وتعتبر نسبة عالية خصوصاً

في البرامج الثقافية التي يفترض أن تكون باللغة الفصحى وبالنسبة للجمهور صوت6٪ لصالح اللهجة المحلية

- وحول استخدام المصطلحات والكلمات الأجنبية فكان 57 من البرامج يستخدمها، ومن هذه النسبة يوجد 17 يستخدمها بكثرة و30 بشكل متوسط و53 يستخدمها عند الضرورة
- وحول طبيعة الجمهور الذي تستهدفه البرامج الثقافية، جاءت عامة الجمهور بنسبة 52 والمثقفين بنسبة 20 فالنخبة بنسبة 11٪، وفئات الطلبة والشباب 9٪ والنساء 6٪ والمهاجرين 2٪ فقط أي أن معظم البرامج تتوجه إلى عامة الجمهور وهذا شيء جيد، لكن نلاحظ قلة البرامج الثقافية الموجهة لفئات النساء والشباب
- تستضيف 88 من البرامج الثقافية شخصيات وضيوف، منها 38 تستضيف شخص واحد، و 21 شخصان و 17 ثلاثة أشخاص و 24 أكثر من ثلاثة أشخاص، يساهم المقدم والمعد باختيارهم بنسبة 27 للمعد و 22 لمقدم البرنامج و 42 من الضيوف يتم اختيارهم بالتشاور، ونعتقد أن هذه نتيجة جيدة. أما طبيعة الضيوف فكانت نسبة 33 من الأختصاصيين و 27 من الأساتذة الأكاديميين و 15 من موظفي الدولة و 14 ضيوف من خارج البلد و7٪ من عامة الناس
- أما جهة أنتاج البرامج الثقافية فيمكن القول بأن معظمها من إنتاج جهات حكومية ولكن النتائج البحثية كانت 60 جهة حكومية و 24 جهة خاصة و10 قطاع خاص و 6٪ قطاع مشترك، والسبب يعود كون العينة حوت قناة فضائية خاصة هي البغدادية مما أثر على النسبة التي لولاها لكانت نسبة الإنتاج من الجهات الحكومية هي السائدة

- مكان التصوير داخل الأستوديو هو بنسبة 48 وخارجه بنسبة 17٪ ومختلط 35 بنسبة 80 من داخل الأستوديو، مما يعني أن معظم التصوير هو في داخل الأستوديو وهذا شيء طبيعي كون طبيعة البرامج الثقافية قد تستدعي ذلك في معظم الأحيان
- تستعين 77٪ من البرامج الثقافية بوسائل الإيضاح كالأفلام المسجلة والصور التوضيحية والكرافيك ...الخ
- وكان الديكور المستخدم طبيعي واقعي بنسبة 29 ونسبة التراثي 23٪ أما نسبة الديكور الذي يتناسب مع طبيعة البرنامج فكانت 35 ، أما الذي يستخدم التكنولوجيا الحديثة بنسبة 13٪ ، أما الجمهور فكانت خياراته 46 يتناسب مع موضوع البرنامج و 27 يفضلون الديكور الحديث ويستخدم التكنولوجيا المعاصرة و19 يفضلون التراثي و8٪ يفضلون التقليدي هنالك تجانس نسبي بين خيارات الجمهور وطبيعة الديكور المستخدم لكننا نجد أن نسبة من يفضل الديكور الحديث من الجمهور أعلى مما هو موجود
- معظم البرامج الثقافية يقدمها شخص واحد وكانت النسبة 43٪، أما شخصان فكانت نسبتها 30 ، وهي نسبة طبيعية تليها ثلاثة فأكثر، أما جنس المقدم فكانت لصالح المرأة بنسبة 43 والرجل 19 ورجل وامرأة 38٪، مما يعني أن للمرأة نسبة جيدة مما يؤشر بأنها أخذت تأخذ دورها الطبيعي في هذه البرامج المهمة
- 73 من القائمين بالاتصال يعتقدون بأن البرامج الثقافية تحظى بمتابعة الجمهور، أما دراسة أسباب إحجام البعض عن متابعتها فكانت المؤشرات كالتالي 21 يعزي الأسباب لتفضيل الجمهور لبرامج المنوعات وبرامج التسلية، و 20٪ لانخفاض درجة ثقافة بعض الأفراد، و13٪ لتوقيت عرض البرامج الثقافية الغير مناسب، و 11٪ لابتعاد الموضوعات المطروحة عن اهتمامات الجمهور، تأتي بعد

ذلك ٪8 لتدني المستوى الفني و ٪8 لقلة الإمكانيات المخصصة للإنتاج ، و 8٪ لرتابة الموضوعات وهي أسباب واقعية محتملة

- توجد مشاركة جماهيرية بالبرامج خصوصاً التي تبث مباشرةً بنسبة 20٪ مشاركة جيدة و 32 متوسطة و 16 قليلة و 32 لا توجد مشاركة، وكانت أوجه المشاركة متنوعة كطرح الأسئلة وتقديم المقترحات أو الأجوبة أو طلب بعض الفقرات الثقافية

- ويرى القائمون بالاتصال بأن الأهداف التي ينبغي أن تعمل البرامج الثقافية على تحقيقها هي تنمية القيم الإنسانية والحضارية بنسبة 20 ولتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية بنسبة 19 والانفتاح على الثقافات العالمية 17٪ وتنمية الحس الجمالي 13٪، وتعزيز الانتماء والهوية الثقافية بنسبة 11٪، وتأتي الأهداف الأخرى في الأخير وهذه النسب تقترب مع رأي المتلقين حيث جاءت نسبة تنمية القيم الإنسانية والحضارية ب 25,6 ، والانفتاح على الثقافات العالمية بنسبة 24،3٪، وتعزيز الانتماء والهوية الثقافية بنسبة 16،8٪، ولتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية بنسبة 14،3٪.

- تواجه عملية إنتاج البرامج الثقافية بعض الصعوبات فقد أشار 78 إلى وجود صعوبات منها 22 إدارية و 35 مالية و 19 تقنية و 13 عدم توفر الكوادر البشرية المؤهلة و 11 عدم تعاون القائمين على الإنتاج نجد أن الصعوبات المالية قد أشرت في أكثر البحوث التي درست ذلك، مما يعني أن السبب المالي بحاجة إلى التوقف والدراسة الجادة، خصوصاً أن الدراسة الميدانية المباشرة أكدت ذلك

- لا زالت مسألة تقييم البرامج غير خاضعة لمنهج مدروس ف 26 من البرامج لا يوجد تقييم لها ومن التي يجري لها تقييم نجد أن ٪7 يجري التقييم كل شهر، و 17 كل 4أشهر، و6 كل ستة أشهر، و 17 كل سنة، و 33 لا يتبع أي أسلوب محدد للتقييم

والتقييم يقوم به مدير الفضائية بنسبة 50 ، ورئيس القسم بنسبة 20٪، والمعد او المخرج بنسبة 20٪، وفقط 10 أشاروا إلى وجود لجنة خاصة للتقييم أما الأساليب الأخرى فهي من خلال الاجتماعات الدورية أو رسائل الجمهور أو الأصدقاء

كما أكد لنا العديد من الذين التقيناهم أنه لا يوجد تقييم دقيق بل هو رهن أمزجة المدراء وقناعتهم الشخصية

- أكد 92 من القائمين بالاتصال بأن انتشار القنوات الفضائية أثر على البرامج الثقافية من ناحيتي المضمون والشكل، فأخذت تقدم بشكل أكثر جاذبية وبأسلوب إخراجي أفضل وأصبحت المشاركة الجماهيرية أوسع أما من ناحية المضمون فأخذت البرامج تعالج موضوعات أكثر جدية وعصرية، ويمكن الاستعانة بمعلومات لم تكن متاحة سابقاً، وأمكن تقديم موضوعات ذات طابع عالمي بشكل أكثر وأفضل
- يمكن الاستنتاج بأن البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية التي خضعت للدراسة قد أولت مساحة واهتمام أكبر للوظيفة الثقافية في المجال الفني أو المضمون الفني، ومن ثم المضمون الأدبي ومن ثم النقدي وبعده الفكري

تحليل النتائج الخاصة بالقائمين بالاتصال

- وجد البحث أن معظم القائمين بالاتصال هم من الأعمار الناضجة والنشطة وهي من 25 سنة إلى 45 سنة، حيث يمثلون نسبة 62٪، ومن 46 سنة إلى 55 سنة يمثلون نسبة 27٪، مما يعني أن نسبة كبيرة هي في عمر العطاء والنشاط
- كانت نسبة النساء من القائمين بالاتصال هي 43،3 وهي نسبة عالية مقارنة بالدراسات السابقة وتعطي مؤشراً إيجابياً
- المستوى العلمي والتحصيل الدراسي كان بمستوى جيد فنلاحظ أن حملة البكالوريوس –الليسانس والماجستير كانوا بنسبة عالية حيث بلغت نسبة حملة الماجستير 21،5 والبكالوريوس 59،5 ، بالإضافة إلى أن نتائج البحث أوضحت بأن 51 من القائمين بالاتصال لديهم فترة عمل وخبرة بين 6 إلى 10 سنوات وهي نسبة عالية وكل ذلك يؤشر إلى قدرات وكفاءات جيدة يتمتع بها القائمين بالاتصال.
- كما أن نسبة عالية منهم يجيدون لغات أخرى غير العربية كالإنكليزية والفرنسية
- أن نسبة من لديهم فترة عمل لأكثر من خمس سنوات عالية، مما يعني أن لديهم خبرة جيدة في مجال البرامج الثقافية.
- ووجد البحث أن نسبة من يمتلكون جهاز حاسوب مربوط بشبكة الإنترنيت وجهاز استقبال دش عالية جداً، مما يتيح ل لقائمين بالاتصال من مواصلة الإطلاع ومتابعة المستجدات عربيا وعالمياً في مجال الثقافة وبرامجها ويعني أيضاً أن نسبة التعاطي والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة قد أزداد بشكل ملحوظ، بينما قل الاعتماد على المكتبات الخاصة واقتنائها

- شارك 62 من القائمين بالاتصال في دورات تدريبية، تناولت هذه الدورات مواضيع في الإلقاء، قواعد اللغة، دورات فنية، لغات أجنبية، تدريب على الحاسوب والتقنيات الحديثة، دورات متخصصة في مجال الإعلام والاتصال
- أما مصادر ثقافة القائمين بالاتصال فكانت القنوات الفضائية والإنترنيت في المقدمة، بعد ذلك الصحافة العربية والعالمية والمحلية، مما يعني تغيراً كبيراً في مصادر الثقافة التي كانت معتمدة سابقاً وأصبح الإنترنت و القنوات الفضائية هي المصدر الرئيسي
- كانت عينات الدراسة متجانسة ومتقاربة العدد من حيث التخصص الفني من مخرجين ومعدين ومقدمين ل لبرامج الثقافية ، وهي حوالي الثلث لكل تخصص
- الوضع الاقتصادي للقائمين بالاتصال كان بين الجيد والمقبول، وهذا يعني أن المستوى الاقتصادي لهم دون المستوى المطلوب، حيث يحتاج هؤلاء إلى الاستقرار الاقتصادي والمستوى الجيد كي يستطيعوا تطوير قدراتهم وقابلياتهم الثقافية والفنية
- يمكن القول أن معظم القائمين بالاتصال في البرامج الثقافية في العينات التي درست يتمتعون بمستوى أكاديمي جيد وخبرة عملية جيدة ولديهم بالضرورة قدرات فنية تؤهلهم لتقديم برامج ثقافية

تحليل النتائج الخاصة بالجمهور المتلقين

- كان المستوى الثقافي والعلمي لعينات الجمهور جيد، حيث بلغت نسبة حاملي شهادة البكالوريوس 50 والماجستير 15٪، ويعمل قسم منهم في مجال الإعلام لذا يمكن أن تكون إجاباتهم ذات صواب، حيث تعمد البحث أن يختار متلقين يهتمون أصلاً بمتابعة البرامج الثقافية وكان 82 منهم يهتم بمتابعة البرامج

الثقافية، منهم٪ 37 يتابعها باستمرار و 53 يتابعها أحياناً، علماً أن لبعضهم مشاركات فيها

- 56 من المشاهدين يفضلون أوقات مشاهدة البرامج الثقافية من الساعة السادسة حتى العاشرة ليلاً ، و 33 منهم يفضل بعد الساعة العاشرة حتى الثانية بعد منتصف الليل، وأفضل الأيام هي الجمعة بنسبة 24،5 ثم السبت بنسبة 20،3 فالأحد بنسبة 17 فالخميس 15،2 والاثنين 10٪، وهنا نشير إلى أن بعض الدول العربية تكون عطلتها الأسبوعية هي السبت والأحد وليس الجمعة
- يفضل المتلقين مشاهدة البرامج الثقافية ذات المضامين الثقافية العامة بنسبة 24 وذات المضامين الفنية بنسبة 21 والبرامج التي تعني بالتراث والتاريخ بنسبة حوالي 20 وذات المضامين الأدبية بنسبة 19 والبرامج التي تهتم بالعلوم بنسبة 16٪، ورغم أن الاهتمامات متقاربة لكننا نجد أن نسبة الاهتمام بالأدب قد انخفضت وزاد الاهتمام بالمضامين الفنية والثقافة العامة
- يرى الجمهور أن الأسباب التي تجعل البعض يحجم عن مشاهدة البرامج الثقافية هو شكل تقديم البرامج الغير جذاب بنسبة 15،4 ، وضعف الأداء لمقدمي البرامج بنسبة 15،2 وهناك من يعزي ذلك إلى تدني المستوى الثقافي للبعض بنسبة 14،2 ، السبب الآخر تفضيل الجمهور لبرامج المنوعات والتسلية بنسبة 12،8٪، والبعض يجد أن الموضوعات الثقافية المطروحة مكررة بنسبة 9،3 وتأتي الأسباب الأخرى بعد ذلك
- 22 من المتلقين يتابعون البرامج الثقافية لأنهم يهتمون بالثقافة أصلاً و20 يتابعونها كونها ترفد وتنمي لديهم الوعي الإنساني، و 13،4٪لأنها تقدم لهم معلومات لا تتوفر في مجالات أخرى، و 11 يتابعونها لأنها برامج جادة وتأتي

الدوافع الأخرى بعدها كمتابعة النشاطات الثقافية والحصول على معلومات وكونها تجعل الحياة أكثر متعة

- فضل الجمهور قنوات العربية 18٪، والجزيرة 12،6 في الأختيار الأول رغم أن القناتين من القنوات الفضائية الإخبارية، والأم بي سي 8٪ والحرة 8٪، ثم الفضائية المصرية 6٪ والبغدادية 6٪، فالنيل الثقافي 4،2٪، ودبي 4٪، والأل بي سي 4٪، وكل من السورية والعراقية وأبو ظبي والفيحاء ودريم 2 بنسبة 3،5٪ لكل منهم، الشرقية بنسبة 2،8 وتونس 2،5٪، والجزيرة الثقافية والأم بي سي 4 1،7 لكل منهما، وقطر والحرية والديار 1٪ لكل منهم هذا يعني أن القنوات الفضائية الإخبارية لها عناصر جذب، كما أنها تقدم برامج ثقافية نوعية من ناحيتي الشكل والمضمون رغم قلتها
- فضل الجمهور برنامج روافد كأفضل برنامج ثقافي وهذا البرنامج يستحق ذلك بكل فخر لما يمتاز به من خصائص تتعلق في المضمون وشكل التقديم والذي يعكس قدرات مقدم البرنامج وتأثيره الكبير على نجاح البرنامج.

الاستنتاجات وأهم النقاط التي يشير إليها البحث

خلُص البحث إلى جملة من الاستنتاجات التي يمكن أيجاز أهمها كما يلي

- لا يوجد مشروع ثقافي عربي واقعي وحقيقي، رغم أن جهوداً بذلت ومؤتمرات عدة عقدت، لكنها لا زالت تدور في فلك الأطر البيروقراطية والمؤسسات الغير ثابتة والتي تتغير وفق أجندات سياسية وإدارية.
- أن القنوات الفضائية العربية أصبحت اليوم مصدراً مهماً للاتصال وللثقافة وللتكوين والإعداد الجماهيري لما تملكه من مزايا، وأصبح التلفزيون أحد المكونات الثقافية بل ويتحكم في انتقاء مضامينها، ولذلك سمات إيجابية إذا أحسن

استثماره وسلبية إن تم تقديم ثقافة سطحية هابطة لا ترتقي بالمتلقين إلى آفاق مشرقة.

- أن بعض القنوات الفضائية العربية رغم كل السلبيات حققت نجاحاً في بعض برامجها من ناحية ما تقدمه من مضمون وأشكال تتناول مختلف الثقافات والايديولوجيات
- تسعى بعض القنوات الفضائية إلى تلبية احتياجات الثقافة الاجتماعية المعاصرة وتحاول أن تتفاعل بشكل نشط مع التكنولوجيا الحديثة ومع مختلف جوانب الوعي الإنساني كالقيم والمعايير الثقافية.
- لقد ربطت القنوات الفضائية العربية إلى حدما المشاهدين العرب إلى بعضهم وأتاحت فرصة معرفة ثقافة كل منهم للآخر، كما أصبح أمام المشاهدين فرص كبيرة لأختيار البرامج التي يرغب بمشاهدتها، وبعض القنوات الفضائية أخذت تنافس القنوات الفضائية الأجنبية.
- أسهمت العديد من القنوات الفضائية العربية من خلال البرامج الثقافية والفنية التي تقدمها في تبديد الإحساس بالغربة لدى الجاليات العربية المغتربة داخل وخارج البلدان العربية، مما يساعد على ربط المغترب بوطنه وأستمرار التواصل مع همومه الثقافية.
- أن ازدياد القنوات الفضائية العربية عددياً أثر على مضمون المادة الثقافية المقدمة، ونلاحظ التقليد والتكرار والإعادة في البرامج الثقافية والمواضيع المطروحة، ناهيك عن الاستعانة ببرامج ثقافية أجنبية مترجمة في بعض القنوات
- نتيجة الهم الاقتصادي والحاجات المعيشية التي تشغل بال المتلقين في معظم المجتمعات العربية، تصبح الاهتمامات بالشأن الثقافي ضعيفة الجانب حتى بالنسبة للقائمين على الاتصال الذين يشتركون في ذات الهم، فتوفير لقمة

العيش أولى من مشاهدة التلفزيون، علماً أن هنالك نسبة من المواطنين لا يملكون ملاجئ للسكن خاصة بهم.

- وجود عناصر في بعض الفضائيات، تشرف على البرامج الثقافية بشكل مباشر أو غير مباشر، وغالباً ما يكون دورها رقابي وهي الغير مؤهلة ثقافياً، وفي أحيان أخرى يتم تعيين بعضهم ضمن القائمين بالاتصال وهم غير مؤهلين مهنياً ولا يمتلكون المهارات المناسبة.
- غياب الحريات الحقيقية والذي ينعكس سلباً على معالجة القضايا الثقافية برؤية تتسم بعدم الموضوعية، مما يفقد هذه الفضائيات جمهورها.
- تعاني بعض القنوات الفضائية العربية من وجود البيروقراطية الإدارية وسوء إدارة المؤسسات الإعلامية بشكل عام، ووجود قيود وخطوط حمراء تتعلق بطبيعة أنظمتها السياسية الحاكمة كما تلعب المحسوبية والأرتياحات الشخصية ومزاج المدراء دوراً في التأثير المباشر وغير المباشر على نوعية البرامج الثقافية.
- التباين والاختلاف فيما بين القنوات الفضائية العربية سواءا العامة أوالخاصة، في الأهتمام ب البرامج الثقافية ولعل سبب ذلك يعود إلى سياسة القنوات الفضائية ومصادر التمويل والأهداف والإدارات والكوادر، ومقدار هام ش الحرية المتاح.
- عدم وجود تخطيط مدروس أو خطط بعيدة المدى خطط إستراتيجيّة لتطوير الواقع الثقافي من خلال البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية، بل نجد الارتجالية والتخبط والارتياحات فالتخطيط لا يستند على أسس منهجية عند وضع برامج الدورات التلفزيونية، ولا تحدد طبيعة البرامج وأهدافها وموضوعاتها ومضامينها، بل يعتمد على ما يقدمه العاملون من أفكار.

- يلاحظ تميز القنوات الفضائية الإخبارية العربية الخاصة كالعربية والجزيرة ببرامج ثقافية ذات نوعية جيدة من ناحيتي الشكل والمضمون لكنها قليلة نسبيا.
- ما زالت العديد من القنوات الفضائية العربية، تلغي أو تؤجل بمناسبة وبدون مناسبة بث البرامج الثقافية، وخصوصاً عند حصول أي أحداث سياسية أو أزمات معينة، مما يدلل على عدم الفهم الصحيح والعميق لأهمية الثقافة بشكل عام.
- نلاحظ أحياناً انزلاق مقدمي بعض البرامج الثقافية أو ضيوفهم بكثرة أستخدام المصطلحات الغربية والأجنبية في الحوار وبدون وجود ضرورة.
- استخدام أشكال للديكور التي لا تتفق أحياناً مع البيئة المناسبة لطبيعة البرنامج وخصوصيته.
- حاولت معظم البرامج الثقافية أن تهتم بالثقافة العربية والقضايا الوطنية المحلية والعالمية خصوصاً في مجال الفنون التشكيلية والسينما والغناء.
- نلاحظ أن معظم البرامج الثقافية هي من إنتاج هذه القنوات الفضائية العربية التي تقدمها، وقليل جدا هو من إنتاج خارجي.
- أن المضمون الذي عالجته هذه البرامج الثقافية تنسجم مع الأهداف العامة التي أقرتها مؤسسات الإعلام العربي المشترك وخصوصاً اتحاد إذاعات الدول العربية مع وجود فوارق في ذلك بين فضائية وأخرى حسب الظروف التي تحيط بالفضائية.
- أن المضمون الذي تناولته هذه البرامج الثقافية كان مهتماً بالموضوعات المعاصرة أكثر من اهتمامه على الأدب التراث والنتاجات الثقافية والفكرية السالفة
- هنالك مشاكل منها تشريعية وإدارية تنظيمية ومالية وكيفية أستثمار القوة البشرية، ويمكن تلخيصها في عدم الفهم والإطلاع على القوانين التي تنظم

العمل وتضارب الاختصاصات والصلاحيات وضعف الأمكانات المالية وعدم جدية نظام المتابعة والمراقبة والتخطيط، إضافة إلى العلاقات الغير منسجمة بين العاملين.

- تعاني بعض البرامج الثقافية اليومية من قلة الكوادر العاملة، فالبرنامج اليومي يحتاج إلى جهد وطاقة مما يستنزف قدرات العاملين فيه، مما يرهقهم ويبعدهم عن الإبداع والتطوير.
- أن منطقة المغرب العربي عموماً تكتنز موروثا ثقافيا هاما لم يتم تناوله وتفعيله بشكل كافٍ ولم يتم أستثمار القدرات والطاقات الكبيرة الموجودة هناك من خلال القنوات الفضائية العربية التي تحتاج إلى تخصيص إمكانيات مادية ومشاركة فعلية من المبدعين الحقيقيين المغاربة كما علينا أن نعلم أن الثقافة السائدة في بلدان المغرب العربي معظمها تقدم باللغة الفرنسية المتداولة وكذلك باللهجات المحلية لشمال أفريقيا، ويشعر العديد من المواطنين هناك أن البرامج الثقافية في الفضائيات العربية لم تحقق حالة التواصل المطلوبة مع ثقافتهم كما هي الحال مع ثقافة الخليج العربي أو المشرق العربي فالموسيقى المغاربية مثلاً مازالت غير متداولة بالشكل الكافي في العالم العربي وأن الفضائيات تركز على أنواع مختلفة ذات صفة محلية دون الانفتاح على موسيقى المغرب العربي كما أن الفنانين أيضا يشعرون أنهم في حاجة إلى فضاء إقليمي لتفجير مواهبهم التي يكتنزها التراث المغاربي الأصيل.
- يوجد في المغرب العربي العديد من الأنماط الثقافية الفولكلورية منها الأغاني و الموسيقى المميزة التي مازالت لم تنتشر ولم يتعرف عليها الجمهور العربي مثل القناوي المغربية ، والمألوف التونسي بينما حققت موسيقى ال راي الجزائرية انتشارا واسعا، ولا تزال أنشطة المغرب العربي الثقافية الأخرى محدودة للغاية.

توصيات ومقترحات

- الأهتمام بإطلاق قناة فضائية عربية باللغات الأجنبية الشائعة كالإنكليزية والفرنسية والألمانية لإشباع أحتياجات الأطفال والنشء في دول المهجر ولتعريف الشعوب الأخرى بالثقافة العربية، على أن تكون برامجها ذات مضامين إنسانية تستلهم الجوانب المشرقة والمضيئة والإيجابية في المجتمعات العربية، وأنتاجها بشكل عصري جذاب ومتميز
- أنشاء لجان متخصصة من المبدعين والأكاديميين وخبراء وعلماء نفس للأشراف على إعداد البرامج الثقافية، لتكون فعلاً برامج للتثقيف وتطوير قدرات المتلقين
- اختيار شخصيات مثقفة ومن الرموز الثقافية المعروفة لتقدم أو تعد أو تشرف على إعداد البرامج الثقافية.
- على الحكومات توفير الضمان الاقتصادي للعنصر البشري كي يستطيع أن يجد الوقت والفرصة لتطوير قدراته ووعيه وثقافته ليكون عنصرا فعالا مساهماً في عملية البناء والتنمية في البلد، كما يجب الأهتمام الجدي بالوضع الاقتصادي للقائمين بالاتصال.
- تخصيص ميزانية مناسبة ل لبرامج الثقافية من أجل سد النواقص والاحتياجات وتوفير المجالات المطلوبة لها
- الاهتمام بتطعيم البرامج الترفيهية بالمادة الثقافية في قوالب فنية متنوعة وجذابة كي تحوز على اهتمام المشاهدين
- أن منطقة المغرب العربي عموماً تكتنز موروثا ثقافيا هاما لم يتم تناوله وتفعيله بشكل كافٍ مما يتطلب الإفادة منه والعمل على توظيفه وأستثمارالقدرات والطاقات الكبيرة الموجودة هناك من خلال القنوات الفضائية العربية التي تحتاج إلى تخصيص إمكانيات مادية ومشاركة فعلية من المبدعين

الحقيقيين المغاربة، وعلى الفضائيات أن تعنى بإبراز خصوصيات شعوب المنطقة الثقافية والحضارية.

- ضرورة أن تعي إدارات القنوات الفضائية العربية العامة والخاصة أهمية البحوث العلمية لتطوير عمل هذه القنوات وتحسين برامجها والإرتقاء بأدائها لما يحقق الطموح للمشاهدين، كما تتيح معرفة ردود فعل الجمهور إزاء ما تقدمه من مواد، وتوفر لها معلومات كبيرة وشبه دقيقة عن سلبياتها وإيجابياتها وتقييم أداء القائمين بالاتصال وكذلك مضامين برامجهم
- الاهتمام الجدي والمبرمج بتقييم البرامج الثقافية وتعد الدراسات الميدانية لذلك، وكذلك الاهتمام بالتخطيط لإعدادها ضمن ضوابط دقيقة مدروسة تراعي تنوع لمضامين وتجانس المواضيع المطروحة
- تشجيع الابتكار والأفكار الجديدة واحتضان المواهب وتطويرها من خلال التدريب المستمر والدورات التأهيلية
- العمل على تأسيس فضائية عربية ثقافية متخصصة، مستقلة وبمصادر تمويل من جهات عربية ذات نوازع ثقافية تؤكد على الخطاب الثقافي الغير خاضع للتابوات السياسية والدينية والاجتماعية المتخلفة وبكادر تخصصي سواء الإداري أو الإعدادي أو الفني
- الإكثار من البرامج الثقافية التي تجمع وتقرب بين الأديان والجنسيات والأعراق المختلفة لخلق روابط ثقافية وجسور مشتركة وتنمي الروح الوطنية وأن تكون هذه البرامج ذات طابع وتوجه للعالم كله
- مد الجسور مع المنظمات والهيئات والمؤسسات الثقافية المختلفة ومع المبدعين بمختلف اختصاصاتهم الثقافية ومتابعة النتاج الثقافي المتنوع مع استضافة المثقفين والمبدعين

- تبني قيم الدفاع عن الإنسان وحقوقه، والتصدي للردة المريعة في الوعي الثقافي العربي ، خصوصاً انتشار قيم الدمار والخراب، النفسي والروحي، وتمجيد القتل والإرهاب، تحت مختلف التسميات ونشر ثقافة التسامح والمحبة.
- إيجاد قناة خاصة بالمر أة في الشرق الأوسط، تتبنى التثقيف بكل الأمور الاجتماعية كحرية المرأة وحقوق الأطفال ولشرح القوانين الخاصة بحقوق الإنسان والحريات الشخصية والمساواة
- الاهتمام بما يهم الإنسان العربي والمهاجرين من قضايا ثقافية، وتناول قضايا أكثر ديناميكية ومواضيع تساعده في تقليل الشعور بالاغتراب
- إنتاج برامج ثقافية عربية مشتركة وإغنائها بتبادل الخبرات والمعارف وزيادة التنسيق بين القنوات الفضائية العربية، والاهتمام بمواضيع التراث العربي
- التوجه الجاد لتقديم برامج ثقافية مفتوحة على الثقافة العالمية ومتابعة ما يدور على الصعيد العالمي من أمور ثقافية
-
- أختيار مقدمين ل لبرنامج الثقافي يمتازون بالأسلوب المشوق الغير الممل ويفضل أن يكون متخصصاً في المجال الثقافي ومثقفاً وحسن المظهر
- تفعيل مشاركة المتلقين في البرنامج وتحسين المستوى الفني للتواصل مع الجمهور
- زيادة البرامج التي تعنى بالأدب ونتاجات الأدباء والأعمال الأدبية وبشكل معاصر لجذب المتلقي والمتذوق
- على البرامج الثقافية أن تفصل بين السياسة والثقافة
- أن تحاول الجمع بين الخصوصيات الإنسانية المشتركة والمختلفة بين الحضارات والأمم
- المرونة وتقليل المحضورات الرقابية على البرامج الثقافية مما يتيح حرية تعبير أكبر

- أن تكون البرامج الثقافية أكثر تعبيراً عن الواقع، وتتناول ثقافتنا بسلبياتها وإيجابياتها، وأن تحاول الربط بين الأجيال الثقافية والأزمنة المختلفة وتطورها
- أستضافة الأقلام الثقافية الواعية الهادفة إلى أحترام الرأي الآخر وتتمتع بالروح الديمقراطية الهادفة إلى بناء الإنسان الواعي لنكون بمستوى الدول التي سبقتنا في مجال التقدم واحترام حقوق الإنسان
- أستقلال البرامج عن أفكار حكوماتها، وإيجاد الكادر الفني والإداري المناسب لتلك البرامج

المراجع والمصادر

المصادر وتشمل

أولاً ، المصادر العربية

ثانياً المصادر الأجنبية والمترجمة

ثالثاً المصادر البحثية

رابعاً الدوريات والمجلات

خامساً المصادر الإلكترونية

سادساً، المقابلات

أولاً :المصادر العربية

- أسعد، يوسف ميخائيل، الثقافة ومستقبل الشباب، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة- 1984م
- الأصفر، محمد علي ، مظاهر الغزو الثقافي الأوربي المعاصر للوطن العربي، مجلة البحوث الإعلامية، طرابلس، 1992.
- الحاج، الدكتور كمال بديع البرامج التعليمية والثقافية الجزء (1- 2) والدكتورة بارعة شقير، منشورات جامعة دمشق مركز التعليم المفتوح قسم الإعلام، 2005- 2006.
- جاد، سهير ، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة- ، 1987م
- جاد، سهير سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999م
- الجابري، محمد عابد ، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد2.

- خضور، الدكتور أديب ، الإعلام المتخصّص، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003م،ط1،ص63.
- خضور، أديب .أستاذ الصحافة في جامعة دمشق، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية 14، ط1، دمشق1998 .
- رشتي جيهان، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م
- الرمحين، د عطا الله مناهج البحث الإعلامي وطرق الإبداع الصحفي، تأليفه وإعداده مع، د نزار ميهوب، د.نهاد محمود، د.عبد الله قيسية، منشورات جامعة دمشق كلية الآداب قسم الإعلام ، مركز التعليم المفتوح، مطبعة جامعة دمشق، ط1.
- الساعاتي، سامية حسّن "الثقافة والشخصية"، بحث في علم الأجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988م
- الساعاتي، سامية حسن ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، ديناميات التأثير والتأثر، القاهرة المركز القومي للبحوث الأجتماعية والجنائية للفترة 28- 31ديسمبر 1983م
- السيوطي، جلال الدين عبد الرحمن أبي بكر، التحبير في علم التفسير، دار الكتب العلمية بيروت (ط 1 1408 هـ.)
- شرف، عبد العزيز ، عباس العقاد، بين الصحافة والأدب، القاهرة، مكتبة الأنجلو 1980م
- شرف، الدكتور عبد العزيز، في مقدمة كتاب البرامج الثقافية في الإعلام للدكتورة سهير جاد
- شكري، د عبد المجيد ، تكنولوجيا الاتصال
- شلبي، كرم ، فن الكتابة للراديو والتلفزيون ، جدة، دار الشروق، 1987م

- الصاوي، عبد المنعم "عن الثقافة"، دار القلم، القاهرة، 1966م
- عارف، نصر محمد ، الحضارة المدنية، دراسة لسيرة المصطلح ودلالة المفهوم، واشنطن، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1995م
- عبد الغني، د أمين سعيد ، الثقافة العربية الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط1 .
- العبد، عاطف، الرأي العام وطرق قياسه، الأسس النظرية، الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية والتدريبات العملية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2000م
- العبيدي، باسم محمد ولي، ومحمد جاسم ، علم النفس الاجتماعي 2004م، دار الثقافة، عمان الأردن
- عرسان، علي عقلة ، مشكلات في الثقافة العربية، منشورات اتحاد الكتاب العرب، 1989م،ط1 ،مطبعة اتحاد الكتاب العرب دمشق
- عطا الله، محمود سامي، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1977م
- الغذامي، الدكتور عبد الله، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، ط2 2005م
- الكيلاني، أ دكتور سعيد ، أنتاج المواد الإعلامية
- لبيب، أسعد التخطيط الإذاعي على المدى البعيد"، محاضرات في كلية الإعلام جامعة القاهرة 1979م
- المحنة، د فلاح كاظم، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد بيت الحكمة، ط 1، 1988م
- محمود، د منال طلعت، مدرس بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الأسكندرية مصر،مدخل إلى علم الاتصال، 2002م

- مدن، حسن ، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والأستهلاك –ندوة-، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994م
- يونس، الدكتور عبد الحميد، مجلة عالم الفكر، اللغة الفنية، الكويت 1971م.
- عبد العالي بوطيب آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات ، ج 49 ، مج 13 ، 2003 ، ص 320
- وهبة نادر السيمياء الاجتماعية وتحليل المناهج سيمياء الصورة نموذجا مجلة رؤى تربوية رام الله مركز القطان للبحث والتطوير التربوي ، 2006 ، ص 24،25 .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة و الجسد ، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط 1 ، كانون ثاني 2008 ، ص 43
- رولان بارت مبادئ في علم الأدلة، ترجمة محمد البكري، عيون المقالات، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الأولى سنة 1986م؛
- عبد العالي بوطيب آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات ، ص 321
- نصير أبو علي الصورة كنوع صحفي و علاقتها بالأزمات ، مؤتمر الإعلام و الأزمات ، الشارقة (إ –ع –م)
- فيصل لحمر معجم السيميائيات ، منشورات اختلاف ، ط 1 ، 2010 ، ص 120 .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة و الجسد ، ص 43 .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة و الجسد ، ص 43 .
- أندريه لالاند موسوعة لالاند الفلسفية ، تعريب خليل أحمد خليل ، منشورات عويدات ، بيروت –باريس ط2 ، 2001 ، ص213

- عماد الزغلول نظريات التعلّم ، دار الشروق ، عمان – الأردن ، 2003 ، 122
- مارتن هايدجر الفلسفة في مواجهة العلم و التقنية ، تر فاطمة الجيوش ، دمشق ، 1998 ، ص 34 .
- نصير بوعلي الصورة كنوع صحفي و علاقتها بالأزمات .
- محمد حسام الدين إسماعيل الصورة و الجسد ، ص 82 .
- عبد القادر الشاوي الكتابة و الوجود (السيرة الذاتية في المغرب) ، ص 88
- أندريه لالاند موسوعة لالاند الفلسفية ، ص 169
- روزنتال/يودين وآخرون الموسوعة الفلسفية، ترجمة سمير كرم، مراجعة صادق جلال العظم وجورج الطربيشي، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط3(1981)، ص270.
- مختار ملاس دلالة الأشياء في الشعر الجزائري المعاصر (رسالة دكتوراه مخطوط) ، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية
- حنان شعبان تطور دراسات جهود وسائل الإعلام من دراسات التأثير إلى دراسة التلقي .
- روزنتال /يودين وآخرون الموسوعة الفلسفية، ص138 .
- محمد حسن الأستاذ سيميائية الصورة (إستراتيجية مقترحة في تنمية تجليات إبداعية و فضاءات دلالية) مؤتمر جامعة فيلادلفيا الثاني عشر 2007 (ثقافة الصورة)
- حليم جرداق هل الجمال في الطبيعة أم في الفنّ، مجلّة مواقف، ع 24/25، سنة1972/1973، ص158
- شاكر عبد الحميد التفضيل الجمالي-دراسة في سيكولوجية التذوّق الفنّي، سلسلة عالم المعرفة، العدد267، مارس 2001، ذو الحجة 1421، مطابع الوطن – الكويت، ص49.

- عبد الحليم مسعود السيد الإبداع ، دار المعارف (د ، ت) ، ص12
- عبد الحليم مسعود السيد الإبداع ، ص 07
- أحمد عكاشة آفاق في الإبداع الفني ، دار الشروق ، ط 1 ، 2001 ، ص 43

مصادر عامة

- أفلاطون – فلسفته وآراءه في المدينة الفاضلة مطبعة بيروت 1970م لبنان
- أمثال صينية، جمع مكتبة المتنبي، 1975م العراق
- المنظمة العربية للتربية والثقافة وال علوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996م
- حصار الثقافة بين القنوات الفضائية و الدعوة الأصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي، 1998م.
- ارنست فيشر، ترجمة أسعد حليم (2002)، ط 1 هلا للنشر و التوزيع 6 ش الدكتور حجازي – الصحفيين – الجيزة، مصر
- الثقفي، عبد الله دخيل الله، (1427 هـ)، اتجاهات النقد الفني عند أسعد عرابي، و عز الدين نحيب، و طلال معلا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة
- الرصيص، محمد (1416 هـ) النقد الفني في نظرية الفن بوصفه مادة دراسية في التربية الفنية، جامعة الملك سعود، الرياض
- الزغلول، عماد الهنداوي (2002 م) مدخل إلى علم النفس، دار الكتاب الجامعي، الإمارات
- السيد علي أحمد و فائقة بدر، الإدراك الحسي البصري و السمعي ط 1 مكتبة النهجة المصرية، 9 ش عدلي القاهرة

- توفيق، سعيد، (2002)، الخبرة الجمالية، دراسة في فلسفة الجمال الظاهرية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، شارع سيف الدين المهراني، الفجالة، القاهرة
- حداد، زياد سالم (1988 م) النقد الفني الأردني المعاصر، تحليل منهجي للممارسات النقدية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة ولاية أوهايو، الولايات المتحدة
- سليم، أحمد فؤاد حدس المرئي و اللامرئي في الصورة البصرية، (2006 م)، مهرجان الدوحة الثقافي الرابع، الدوحة، قطر
- شاكر عبد الحميد، (2005)، التفضيل الجمالي، دراسة في سيكلوجية التذوق الفني، سلسلة كتب ثقافية، عالم المعرفة، الكويت
- عبد الكريم، زينب (2003 م)، علم النفس التربوي ط 1، دار أسامة للنشر – عمان، الأردن
- عطية، محسن، (2006 م)، لغة الأشياء البينية و الوسائط المتعددة، تحولات النص البصري، ندوة ملتقى الفنون - الثاني، مهرجان الدوحة الثقافي الرابع، الدوحة، قطر .
- فراج، عفاف أحمد، (1999 م) سيكلوجية التذوق الفني مكتبة الانجلو المصرية، 165 شارع محمد فريد، القاهرة

ثانياً المصادر الأجنبية والمترجمة

- أنطوني، كينج، الثقافة والعولمة والنظام العالمي، ترجمة شهرت العالم وهالة فؤاد ومحمد يحيى ومراجعة محمد يحيى، المجلس الأعلى للثقافة في مصر ضمن المشروع القومي للترجمة، ط1، 2001م
- . د. أ. بورتيسيكي. أ. يوروفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أبتسام علوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، 1978 .

- روجيه شاريتيه – ترجمة د سلوى لطفي – مراجعة د أمينة رشيد الكتاب بين الماضي والمستقبل
- رولان، بارت، الصورة التأثير الإعلامي ، ترجمة د.عد الجبار الغضبان، مطبعة الثورة –اليمن 2001م
- لويس، دوللو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993م
- مارك، أوجي – ثقافة وانتقال ترجمة د هويدا إسماعيل – مراجعة د أمينة رشيد الكتاب بين الماضي والمستقبل
- مارشال، ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الإتصال، ترجمة الدكتور خليل صابات، الدكتور محمد محمود الجوهري، الدكتور السيد محمد الحسيني، سعد لبيب، مراجعة وتدقيق الدكتور خليل صابات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975، ط1 ، نشر هذا الكتاب بالأشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة نيويورك
- المجلس الأعلى للثقافة، ما الثقافة؟ ط 1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية –القاهرة-
- Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books, n.d.
- PAUL FRAISE et JEAN PIAGET : traite de psychologie exp rimentale VI la r ception , PUF , 5 , 2e ed 1967 P 133
- Barthes R. (1987) Image Music Text London: Fontana
- C. Metz :au-delà de l'analyse de l'image , p 4
- Ren La Borderie ، ducation، ed.casterman,paris1972 _1_,les images dans la soci t
- - Werner Burzlaff ,la lettre et l image ,les relations signe/texte/image,ed.c sura iconiques chez peirce ,in Lyon,1990,p.127

- J.Baudrillard , La Soci t de Consommation ,Deno l - ,Paris,1970.p.314.
- M .joly : introduction a l'analyse de l'image , éd universit nathan , 1993 , p 112
- C. Metz :au-delà de l'analyse de l'image , in communication N¡15 1970 , p 06
- Athery of art , New .1- Langer , S.K Feeling and form 1953 , p. 397 . .York : Charles Scriner's Sons
- 2-Laszlo , Ervin (1998) The System Softhe , New **World , New York , George Brazilian .**

ثالثاً المصادر البحثية

- إبراهيم، دكتور فؤاد، ثقافة الصورة ،التحدي والاستجابة، وعي الصورة صورة الوعي، بحث مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن عمان، 2007م
- جاد، د سهير سيد أحمد رسالة الدكتورا ه بعنوان البرامج الثقافية في التلفزيون دراسة في تحليل المضمون – تلفزيون جمهورية مصر العربية جامعة القاهرة –كلية الإعلام – أشراف د سمير محمد حسين، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة . د سلوى أمام ، المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام سبتمبر 1984م
- طه، أميرة سمير ، دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2001م
- لبيب، الأستاذ سعد ، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، الرياض، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيون الخليج، 1985 .
- نجم، السيد، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الالكترونية"، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن عمان، 2007م

- ولي، الدكتور محمد جاسم، الصورة وتأثيراتها النفسية، والتربوية، والاجتماعية، والسياسية، جامعة بغداد – مركز البحوث التربوية والنفسية، بحث مقدم لجامعة فيلادلفيا الأردن -عمان

رابعاً الدوريات والمجلات

- جريدة الاتحاد، أبو ظبي، العدد 9002، السنة 31، الأحد 27 فبراير 2000م
- مجلة الإذاعات العربية، العدد2، 1997م
- مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 2، 1991م
- مجلة الفن الإذاعي، إمام، د إبراهيم ، الاتجاهات الترفيهية للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، ، العدد 85، السنة 23، سبتمبر 1979م
- مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 267، آيار 2001م
- مجلة النيل، العدد 35، يناير 1989م

خامسا المصادر الإلكترونية

- عواد محمد شبكات التواصل الإجتماعي الإلكتروني موقع تأملات أكتوبر 2010 متاح.(On Line)
- http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300.html
- 34 موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة خدمة الشبكة الاجتماعية آخر تعديل لهذه الصفحة في 20 أغسطس 2011 (مصدر سابق) متاح.(On Line)
- http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%D8%A9
- خليفة هبة محمد مواقع الشبكات الإجتماعية، ما هي؟ منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات 19 Jan 2009 متاح (On Line)
- http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775

- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة موقع ويب آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نوفمبر 2011 متاح .(On Line)
- موقع كنان أون لاين ما هو الموقع الإلكتروني (المصدر داتا تكنولوجي) في 22 ديسمبر 2009 متاحhttp://kenanaonline.com34 .(On Line)
- منهل الثقافة الإلكترونية أنواع مواقع الإنترنت 1430- 03- 01 هجرية متاح.(On Line)
- موقع إجابات (غوغل) ما هي الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت social networking)) في 2009/12/17 متاح.(On Line)
- http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid
- عالم التقنية الشبكات الاجتماعية ومفهوم أكبر في 13 أغسطس 2009 متاح .(On Line)

http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/13/another-concept-for-social-network/

- خليفة هبه محمد مواقع الشبكات الإجتماعية ما هي؟ قاعة د شوقي سالم المكتبة المركزية جامعة حلوان منتديات اليسير في Jan-19 - 2009.متاح.(On Line)

http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775

- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة معنى وقواعد ومستويات وأهداف الدراسة المقارنة آخر تعديل لهذه الصفحة في 5 سبتمبر 2011 متاح.(On Line)

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%A9

- موقع الأغواط نت منهج المقارنة في 11- 30- 2008 متاح On) Line).

http://www.laghouat.net/vb/showthread.php?t=15843

- الهادي زغينة طريقة المقارنة في البحث العلمي من الألف إلى الياء في الأحد يناير 30. 2011 متاح.(On Line)
http://zeghina.3oloum.org/t2476-topic
- موقع بروز الجمهور المتلقي في .Mar 31, 2009 متاح.(On Line)
http://www.proz.com/kudoz/english_to_arabic/advertising_public_relations/3170806-audience.html#7152004
- أوغلوا صالح جاويش دور الجمهور في عالم الإمبريالية الثقافية الحوار المتمدن العدد 2176 في 2008 / 1 / 30 متاح.(On Line)
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=123309
- منتديات ستار تايمز أهم النظريات الإشهارية وعلاقة هذا الأخير بالاقتصاد في 17/06/2008 متاح.(On Line)
http://www.startimes.com/f.aspx?t=10350970
- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة قناة العربية آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نوفمبر 2011 متاح .(On Line)
http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9
- موقع شوفنك موقع قناة العربية الفضائية في 22 ديسمبر 2007 متاح (On Line).
technologies/websites/1728805- http://ar.shvoong.com/internet-and %D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9-
- موقع العربية حول العربية.نت (لات) متاح.(On Line)
http://www.alarabiya.net/index/static/about
- **http://www.albaghdadia.com/main.htm**
- **http://www.ertu.org/esc/ESC.asp**
- **http://www.dubaitv.ae/default.asp**
http://www.star28.com/site/site-10.html
- http://www.philadelphia.edu.jo/artsconf/papers/28.doc
- .http://forum.biskra7.com/b128/t7584